平成 20 年度文部科学省委託専修学校教育重点支援プラン

Ｗｅｂ などの電子媒体環境を前提とする、グラフィックデザインを中心とした情報デザイン教育プログラムの開発

情報デザイン教育の実態等に関する調査報告書

平成 21 年 3 月

情報デザイン教育調査委員会

◇◆◇　目　　次　◇◆◇

Ⅰ　調査概要 2
１．調査概要 2
２．結果要約 4

Ⅱ　情報デザイン教育の実態調査 6
１．教育機関における情報デザイン教育の取組状況 6
（１）情報デザイン教育の取組の有無 6
（２）関連する学科・科目名 9
（３）関連学科の設置年度等 11
（４）情報デザイン教育に取り組む理由・メリット 12
２．情報デザイン関連学科・科目の実態 14
（１）学習範囲・学習手法 14
（２）学習内容・実施科目 16
（３）特徴的な取組・工夫 25
（４）習得能力の重視度・達成度 29
（５）育成する人材像 34
３．グラフィックデザイン関連学科・科目の状況 35
（１）グラフィックデザイン関連学科での実施科目 35
（２）実施科目と送出業種・職種との関連 42
（３）電子媒体環境下の技術教育状況 46
４．情報デザイン教育実施上の課題 51
（１）実施上の課題 51
（２）実施体制面の課題 52
（３）教育環境面の課題 53
５．今後の情報デザイン教育の推進に向けて 57
（１）情報デザイン教育の今後の動向 57
（２）情報デザイン教育推進上の教員ニーズ 58

Ⅲ　情報デザイン教育の実践事例 64
１．学校種別の取組事例 64
２．取組事例研究レポート 71

Ⅳ　情報デザイン教育への企業ニーズ（ヒアリング） 77

Ⅴ　カリキュラム手引書に対する評価 87

Ⅰ　調査概要

１．調査概要

（１）調査目的

近年、情報デザイン教育に関する取り組みが教育機関において普及しつつある。高等学校では新学習指導要領のもと、専門教科情報「コンピューターデザイン」の学科名が「情報デザイン」に変わろうとしている。また、大学では「情報デザイン学科」などの学科開設が相次いでいる。専修学校においても、紙媒体を中心としたグラフィックデザイン教育がＩＣＴ環境の中で変質してきている。

本調査は、こうした教育機関における情報デザイン教育の取組動向を把握しつつ、今後の専修学校２ヵ年の情報デザイン教育カリキュラム試案作成の検討材料とするために実施した。

（２）調査内容

①教育機関における情報デザイン教育の実態調査

【調査対象】高等学校（工業・商業・総合)、専修学校（工業・商業・文化教養)、大学・短大

【調査方法】郵送配布・回収法

【調査期間】平成 20 年 10 月 10 日（金）～11 月 3 日（月）

【調査内容】１）情報デザイン教育関連学科・科目等の設置状況

２）情報デザイン教育関連学科・科目等における学習実態

３）情報デザイン教育の実施環境と課題　など

【回収結果】

	発送数	有効回収数			
		学校調査票	回収率	教員調査票	回収率
高等学校（工業・商業・総合）	1,144	189	16.5%	144	12.6%
専修学校（工業・商業・文化教養）	520	132	25.4%	86	16.5%
大学・短大	1,197	526	43.9%	346	28.9%
合計	2,861	847	29.6%	576	20.1%

②デザイン業界等のヒアリング調査

【調査対象】出版・印刷同関連産業、広告制作業、デザイン業、企業の商品開発部門等関連業界

【調査方法】個別ヒアリング

【調査時期】平成 21 年２月

【調査内容】テーマ：グラフィックデザイナーに求められる能力・スキルと学校教育への期待

１）企業の現場でグラフィックデザイナーに求められる能力・スキル

２）電子媒体環境下で求められる能力・スキル

３）学校教育（専門学校、大学等）への期待　　など

【実施状況】上記関連業界５社

③カリキュラム試案に対する評価調査

【調査対象】情報デザイン教育普及セミナー参加者

【調査方法】セミナー会場でのアンケート配布・回収

※上記①への専修学校の回答校にもメールにてアンケート配布・回収

【調査時期】平成 21 年１月

【調査内容】８２件　（内訳：専修学校 27 件、高等学校 48 件、その他・不明 7 件）

（4）調査実施主体

平成 20 年度文部科学省委託専修学校教育重点支援プラン
「Ｗｅｂ などの電子媒体環境を前提とする、
グラフィックデザインを中心とした情報デザイン教育プログラムの開発」
実施委員会　情報デザイン教育調査委員会

【委員名簿】

松澤　保 学校法人電子学園・理事 ◎実施委員長（開発・検証委員会）
藤井　小春 日本電子専門学校・教員 開発・◎検証
奥田　武宜 穴吹情報デザイン専門学校・教務部長 開発・検証
原　　将史 麻生情報ビジネス専門学校・教員 開発・検証
野尻　研一 有限会社セネカ・代表取締役 ◎開発・検証（調査・検証委員会）
佐藤　和彦 日本工学院八王子専門学校・教員 ◎調査・検証
五十嵐　誠 神奈川県立横浜清陵総合高等学校・教諭 調査・検証
濱野　秀彦 株式会社インテージ・主任研究員 調査・検証
小林　照尚 中国デザイン専門学校・校長 調査・検証
植村　朋弘 多摩美術大学・准教授 オブザーバー
小島　英揮 アドビ システムズ 株式会社・ 部長 オブザーバー
◎＝委員長

（5）調査実施機関

株式会社 インテージ

２．調査結果の要約

■教育機関における情報デザイン教育の取組状況

情報デザイン教育の取組は、専修学校、高等学校の６割以上、大学短大の５割以上で実施されている。情報デザイン教育に関する学科・コースの設置状況は、専修学校で４割、大学短大で２割強、高等学校が１割強である。

情報デザイン教育が盛んな分野としては、専修学校で「文化・教養」、「工業」、高等学校で、「商業」、「総合」、大学短大で「芸術」、「工学」、「理学」、「家政」などである。

情報デザイン教育に関する学科・科目の設置は、専修学校では 1990 年以降、高等学校や大学短大では 2000 年以降、急速に増えており、特に高等学校においては、2001 年からの 5 年間に、急速に増加している。

情報デザイン教育に取組んでいる学科・科目について、「グラフィック関連」、「CG・ＷＥＢ関連」、「情報システム関連」の学科として分類したところ、専修学校で「グラフィック関連学科」が４割となった。（高等学校で２割強、大学短大で１割強）

情報デザイン教育に取り組む理由については、「時代や社会の要請」が最も高く、このほか、専修学校では「就職先の企業ニーズや業界動向を踏まえて」、高等学校や大学短大では「学校の魅力づくりや付加価値向上のため」が高くなっている。

情報デザイン教育に取り組むメリットでは、「教育内容の質的充実」が最も高く、教育の必要性についても学校種を問わず６割以上が必要と考えている。

■情報デザイン関連学科・科目の実態

担当学科・科目における情報デザイン教育に対する意識は、特に専修学校、大学短大で高く、非常に意識して実施している教員が半数以上である。

情報デザイン教育の学習手法では、「創作・制作・制作実習」、「プレゼン・発表会・展示会など」が専修学校の９割、高等学校、大学短大の７割以上で実施されており、専修学校では「コンセプトワーク」も７割以上で実施されている。

学習目標としては、「個々人の表現能力を高める」、「アプリケーションソフトの活用力を高める」が共通して上位にあげられており、専修学校では、「コミュニケーション能力を高める」も特に高くなっている。

学習内容では、「情報デザインの基礎」、「表現の基礎」、「プレゼンテーションデザイン」の実施が約８割と高い。詳細な内容としては、情報デザインの基礎として「情報モラル」、表現の基礎として「色彩構成」が高く、プレゼンテーションについては、基礎から実践まで全般に実施率が高くなっている。

今後実施したい学習内容では、情報収集と解釈として「マーケティングリサーチ」、表現の基礎として「音構成」が学校種共通して高くなっている。

情報デザイン能力を伸ばすための特徴的な取組・工夫について、専修学校では企業とのコラボレーションなど実践的な取組み、高等学校では、学校行事を活用したプレゼンテーション機会の活用、大学短大では資格検定を活用した取組など多様な意見が寄せられた。

情報デザイン教育において習得したい能力については、専修学校で「さまざまな媒体での表現活動の経験」、高等学校では「問題発見、情報活用、表現伝達の基礎理論の理解」、大学短大では「問題発見、情報活用、表現伝達の実践能力の向上」に力点がおかれている。専修学校では、「専門分野のデザイン・設計・企画の実践能力の向上」に対する教育の不足感がやや高い。

情報デザイン教育で伸ばす力については、専修学校、大学短大で「コミュニケーション力」、高等学校で「発想力」が上位にあげられている。情報デザイン教育による達成度は、専修学校で「実現力」、高等学校、大学短大で「表現構成力」が上位にあげられている。「コミュニケーション力」、「発想力」に対する教育の不足感は学校種を問わず高い。

育成する人材像として、専修学校ではデザイナー等即戦力を非常に重視しており、高等学校、大学短大では営業職等・各業界で幅広く活躍できる人材を重視している。

■グラフィックデザイン関連学科・科目の状況

グラフィックデザイン関連学科での実施率の高い科目は、「デザインマネジメント」、「フィールドサーベイ」、「Flash」、「業界研究」などである。専修学校では科目全般に実施率が高く、特に「Flash」、「デザインテクニック」、「キャラクターデザイン」の実施率が高くなっている。

さらに絞ってグラフィック関連学科の実施率をみると、「卒業制作」のほか、専修学校では「WEB デザイン」、「イラストレーション」、「DTP」、大学短大では「コンピュータ基礎」、「デッサン」、「基礎造形」などが高くなっている。

専修学校におけるグラフィック関連学科では、必須科目として 50%以上実施されている科目が 24 科目となっている。

グラフィックデザイン関連学科における専修学校のグラフィック関連学科について、卒業生の就職が多い業種と実施科目の関係をみると、インターネット付随サービス業で「著作権」、「モーショングラフィックス」の実施率が高いことや、広告制作（企画）会社スタッフで「広告デザイン」、「ベーシックデザイン」、「パッケージデザイン」といった業種や職種に密接に関連した科目の実施率が高いことなどがわかる。

■情報デザイン教育実施上の課題

情報デザイン教育を実施するうえでの悩みや課題としては、専修学校では「学生数の確保」、「生徒・学生の意欲向上」が特に高い。高等学校では、「教員の指導力の向上」、「効果的な学習方法・指導方法」が高く、大学短大では、「生徒・学生の意欲向上」、「教員等の確保」が高くなっている。

情報デザイン教育の実施においては、「複数の科目を組み合わせ体系的に行っている」が専修学校、大学短大で５割以上、高等学校で４割となっている。

教育の推進に当たっては、「熱心な教員が個人的に手探りで進めている状況」が６割前後と高く、「リーダーが中心となって組織的・計画的に推進」にあたっているのは、専修学校でも４割にとどまっている。

教育環境面では、専修学校では「関連学科・コース・科目等の学生確保」、「指導教員の確保や指導力の向上」への不足感が強く、高等学校では「指導教員の確保や指導力の向上」、大学短大では「カリキュラムの整備」、「外部ネットワークの充実」への不足感が強くなっている。

■今後の情報デザイン教育の推進に向けて

現在、情報デザイン教育を未実施（学科・科目として取組んでいない）の学校の今後の意向では、約１割が情報デザイン教育の取組を予定または検討中と答えている。

情報デザイン教育を検討する際に参考となる事例等については、「ない・見つからない」が６割以上を占め、情報デザイン教育のモデルや実践例の情報が不足していることがわかる。入手したい情報でも、「学校の授業実践や実践校の事例情報」が最も高く、「類似のカリキュラムやシラバスの情報」へのニーズも専修学校、大学短大で特に高くなっている。

情報デザイン教育の情報源としては、「書籍・参考書」、「ＷＥＢサイトやブログ」が上位を占めるほか、大学短大では「学会や発表論文」も高い。高等学校では「情報源として活用しているものがない」も３割近い。

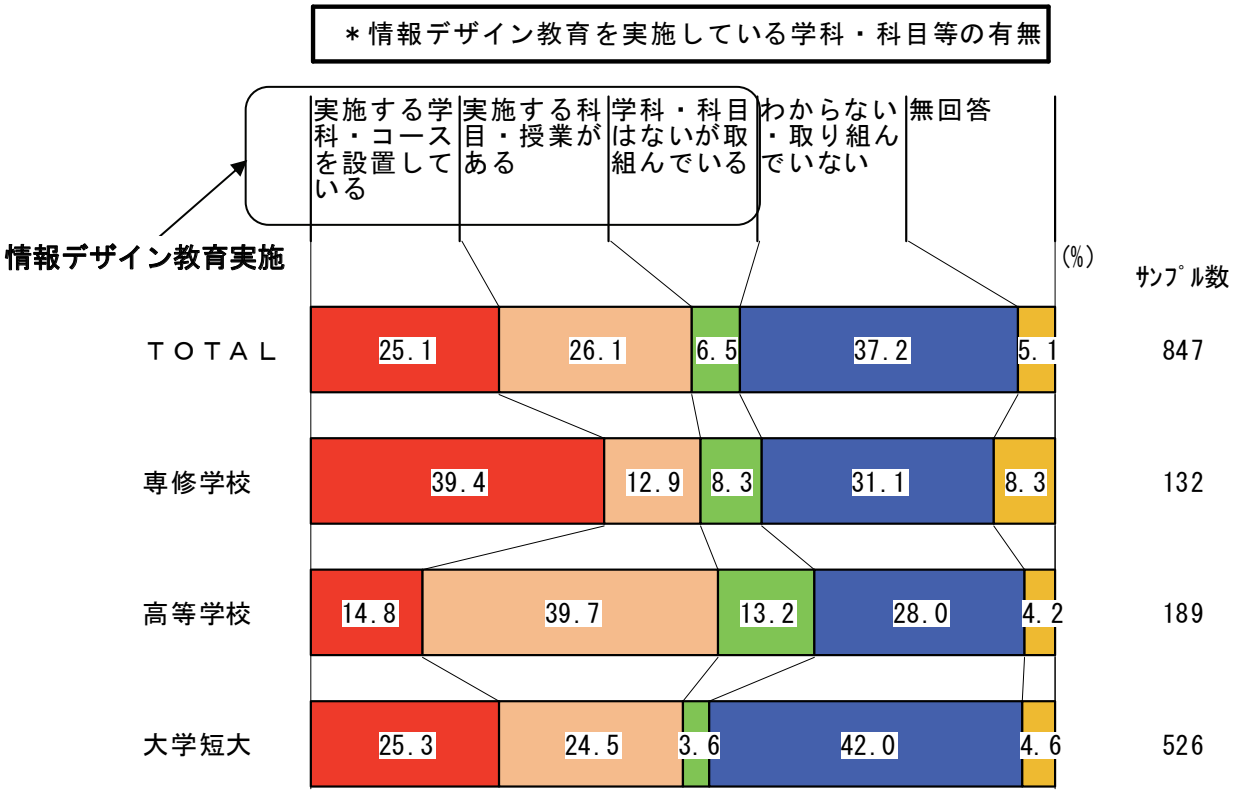
情報デザイン教育について参加したい場や機会としては、専修学校、高等学校で「情報デザイン教育の教員養成セミナーや研修会」が５割前後、大学短大で「情報デザイン教育のフォーラムや交流イベント」が４割となっている。

Ⅱ　情報デザイン教育の実態調査

１．　教育機関における情報デザイン教育の取組状況

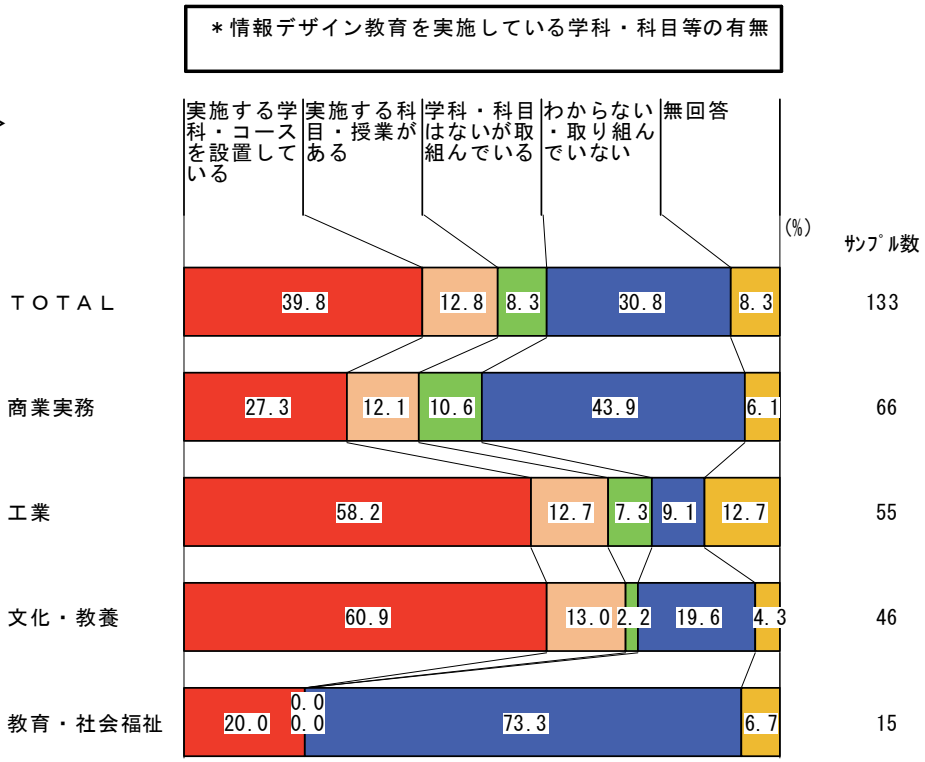
（１）情報デザイン教育の取組の有無

情報デザイン教育の取組の有無について聞いたところ、約６割が何らかの方法で実施している。
学校種別でみると、専修学校の６割、高等学校の７割近く、大学短大の５割以上が実施している。
「実施する学科・コースを設置している」割合は、専修学校が４割と大学短大、高等学校より高い。



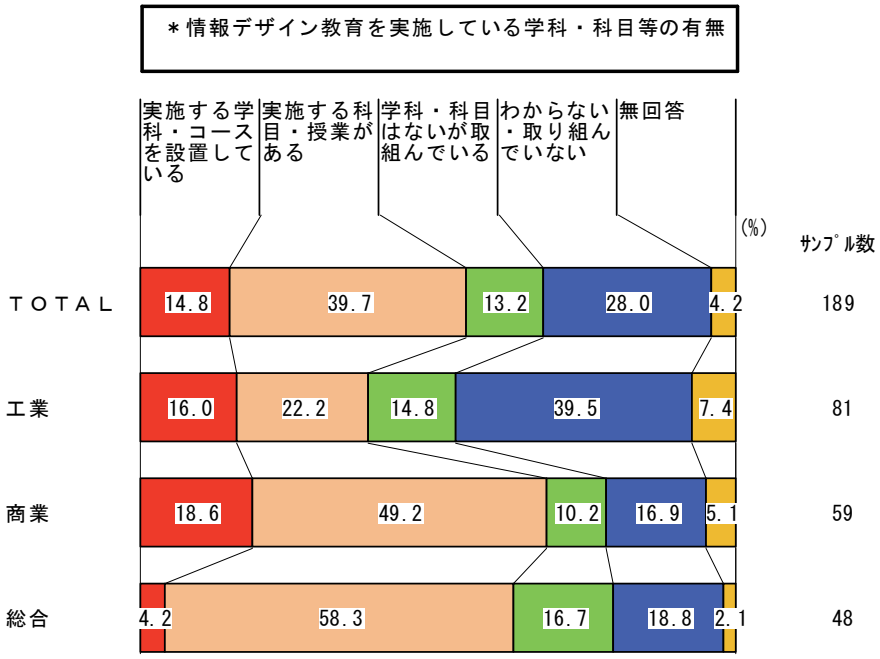
情報デザイン教育が盛んな分野としては、専修学校で「文化・教養」、「工業」などであり、高等学校では「商業」、「総合」、大学短大では「芸術」、「工学」、「理学」、「家政」などである。

＜専修学校＞



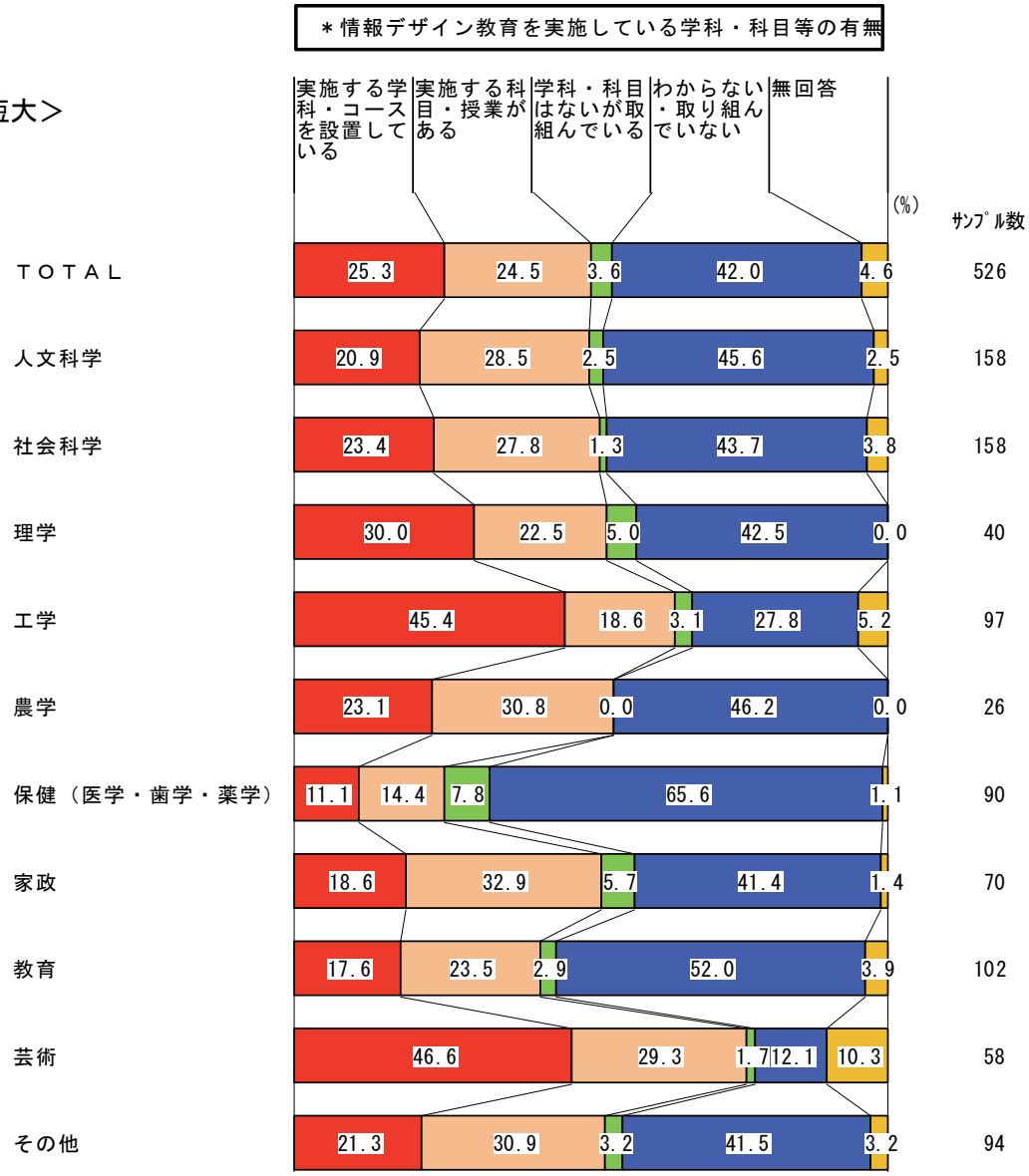
※サンプル数の少ない学部・分野は除外している

＜高等学校＞



※サンプル数の少ない学部・分野は除外している

＜大学短大＞



※サンプル数の少ない学部・分野は除外している

（2）関連する学科・科目名

情報デザイン教育に関連する学科・科目として、下記のような学科・科目があげられた。

＜専修学校＞

学科		科目	
3DCG アニメーション学科 CAD デザイン学科 CG クリエイター科 CG デザイン科 e ビジネス科 インテリアデザイン科 グラフィックデザイン科 ゲームクリエイター科 コンピュータ科 デザイン学科	デジタルクリエイター学科 ビジュアルデザイン科 映像メディア学科 情報システム科 情報デザイン学科 情報ビジネス科 情報処理学科 総合コンピュータ学科	3DCG 実習 CG デザイン DTP ICT 活用 Photoshop・Illustrator Power point Ｗｅｂデザイン Ｗｅｂページ作成 Ｗｅｂ制作実習 アニメーション	グラフィックデザイン デザイン論 デジタルコンテンツ実習 プレゼンテーション マルチメディア 情報コミュニケーション 情報化とセキュリティ 文書デザイン

＜高等学校＞

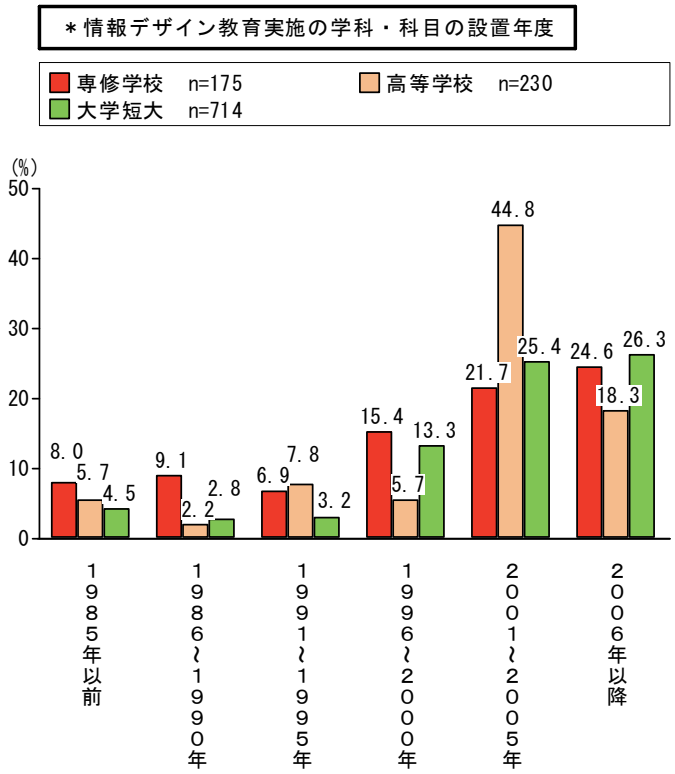
学科		科目	
インテリア学科 商業科 テキスタイルデザイン科 デザイン科 普通科 ビジネスコミュニケーション学科 ビジネス情報科 ファッション技術科 化学技術学科 機械科	建築科 国際観光学科 産業デザイン学科 情報科 情報処理科 創造技術学科 総合ビジネス学科 総合学科 電気学科 電子科 土木学科	ＷＥＢデザイン コンピュータグラフィックス コンピュータデザイン ソフトウェア活用 デザイン技術 デジタルデザイン ビジネス情報 プレゼンテーション プロダクトデザイン マルチメディア応用	メディア表現 映像デザイン 映像メディア表現 課題研究 画像処理工学科目 工業技術基礎 実習 課題研究 商業技術 ビジネス実践 商業技術 商品と流通 情報 A Ｗｅｂデザイン 情報と表現 情報技術基礎 情報産業と社会 図形と画像の処理 マルチメディア応用 文書デザイン

＜大学＞

学科		科目	
キャリア創造学科 グラフィックデザイン学科 コミュニティ総合学科 システムマネジメント学科 スポーツ健康学科 デザイン学科 デザイン工学科 デザイン美術科 ビジネスコミュニケーション学科 ビジュアルデザイン学科 プロダクトデザイン学科 ヘルスケア栄養学科 栄養情報処理演習学科 メディア・コンテンツデザイン学科 メディア情報学科 ものデザイン学科 ライフデザイン総合学科 医療・福祉マネジメント学科 英語メディア学科 英語学科 英語情報学科 音楽文化デザイン学科 環境ソリューション工学科 看護学科 共生環境学科 経営情報学科 経済学科 芸術情報学科 建築・デザイン学科 工学部機械工学科	工業デザイン学科 広報学科 国際コミュニケーション学科 国際学部 国際観光学科 国際文化学科 産業デザイン学科 社会情報学科 情報コミュニケーション学科 情報システム学科 情報デザイン学科 情報ビジネス学科 情報メディア学科 情報科学科 人間コミュニケーション学科 人間生活学科 人文情報学科 生活学科 総合管理学科 造形芸術学科 知能情報学科 地域総合科学科 電気電子情報工学科 電子情報工学科 表現芸術学科 緑地環境学科	CAD 演習 CG アニメーション CG 演習Ⅰ・Ⅱ DTP 演習 ＷＥＢデザイン インターネットビジネス インターネット技法 インタラクティブメディア論 ウェブサイトデザイン入門 グラフィックデザイン コンピュータグラフィックス コンピュータ演習 コンピュターリテラシー システムデザイン演習 デザイン基礎 デザイン史 デザイン情報 デザイン文化論 デザイン論 デジタルコンテンツⅠ デジタルメディア デジタル映像表現 ビジネスプレゼンテーションⅡ プレゼンテーション概論 プログラミング演習Ⅰ	マルチメディア・デザイン メディア・コミュニケーション メディアデザイン 栄養情報の活用、保育情報活用法Ⅰ・Ⅱ 経済統計方法論 経済統計論 計量経済学 社会情報処理 助産に活かす情報処理 情報コミュニケーション演習 情報デザイン 情報と職業 情報ビジネスコミュニケーション 情報リテラシー 情報機器の操作 情報交換概論 情報文化論 生活デザイン雑貨実習Ⅱ 創作演習 C 造形工学課程 日本語表現法 文化情報誌制作Ⅰ、Ⅱ

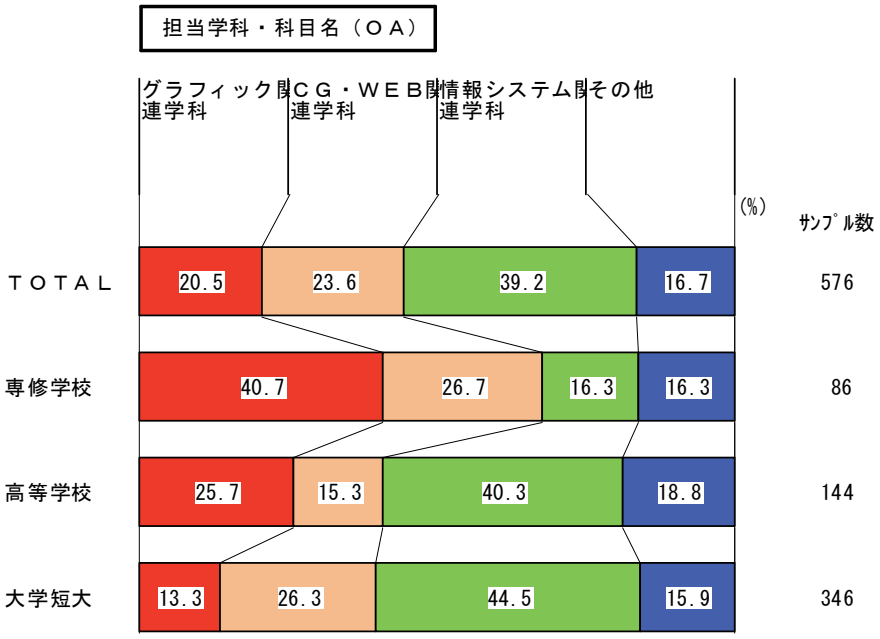
（３）関連学科の設置年度等

情報デザイン教育を実施している学科・科目の設置年度について、どの学校種においても 2001 年以降の割合が高くなっている。特に、高等学校においては、「2001～2005 年」が４割以上と高くなっている。



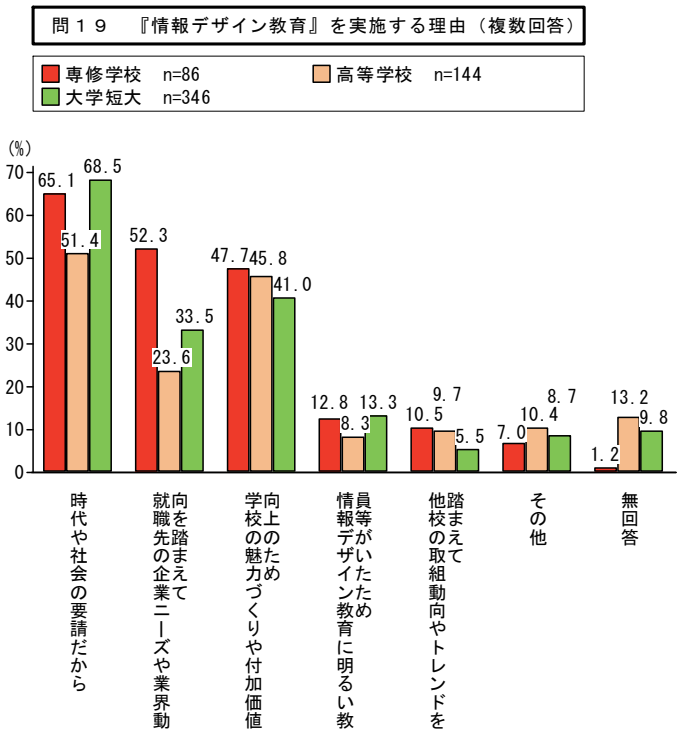
情報デザイン教育を実施している学科・科目について、学科・科目名をもとに、「グラフィック関連学科」、「CG・ＷＥＢ関連学科」、「情報・システム関連学科」に分類したところ、

専修学校では、情報デザイン教育は「グラフィック関連学科」の割合が高く、高等学校、大学短大では、「情報システム関連学科」の割合が高くなっている。

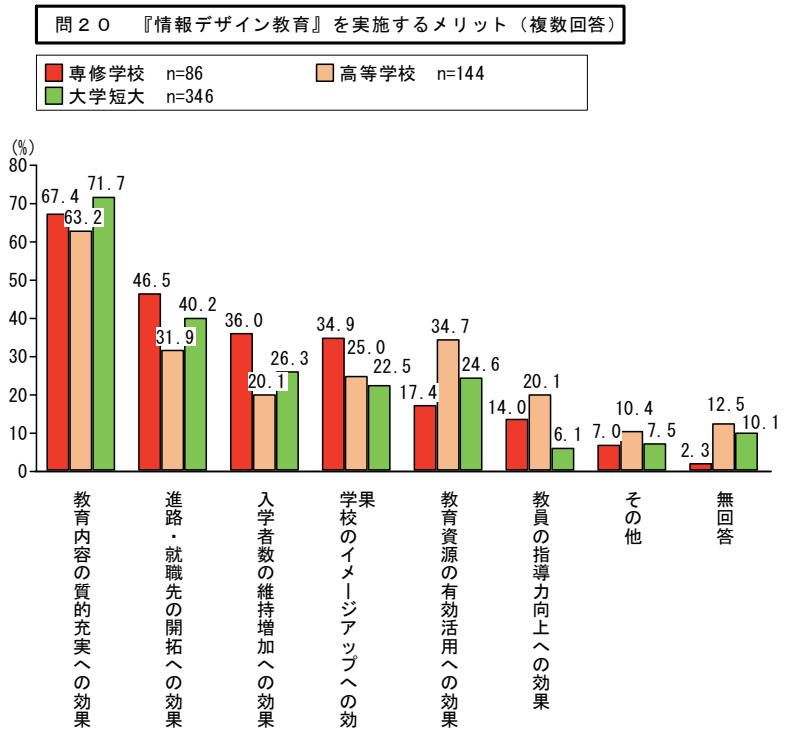


（４）情報デザイン教育に取り組む理由・メリット

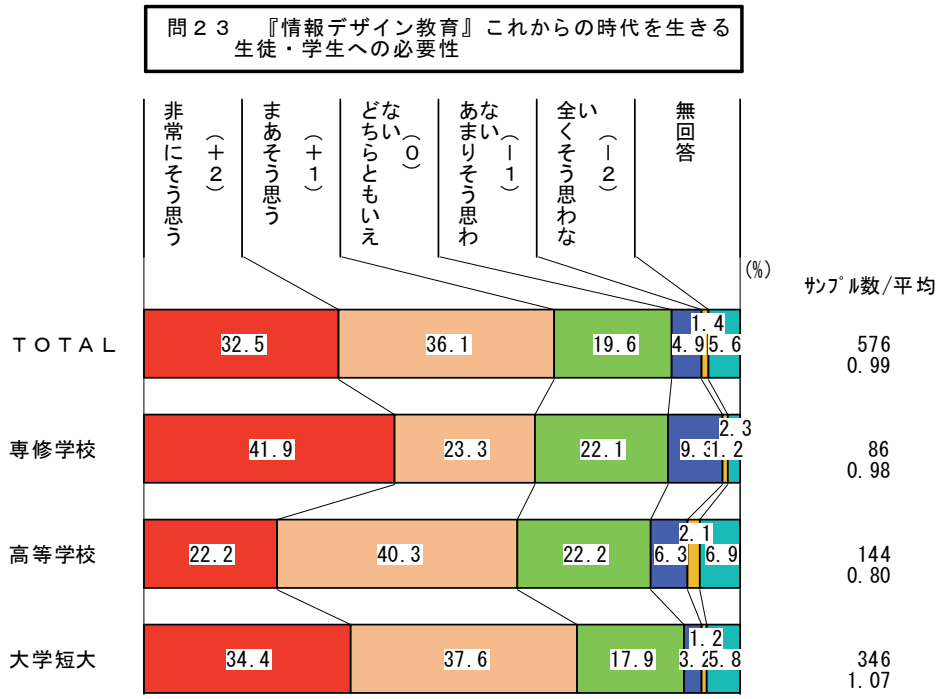
情報デザイン教育を実施する理由としては、「時代や社会の要請だから」がどの学校種においても過半数以上を占め、最も高い。ついで、専修学校では、「就職先の企業ニーズや業界動向を踏まえて」が高く、高等学校や大学短大では「学校の魅力づくりや付加価値向上のため」が高くなっている。



情報デザイン教育を実施するメリットとしては、「教育内容の質的充実への効果」がどの学校種においても６割以上と最も高い。ついで、専修学校、大学では、「進路・就職先の開拓への効果」が高く、高等学校では、「教育資源の有効活用への効果」が高くなっている。



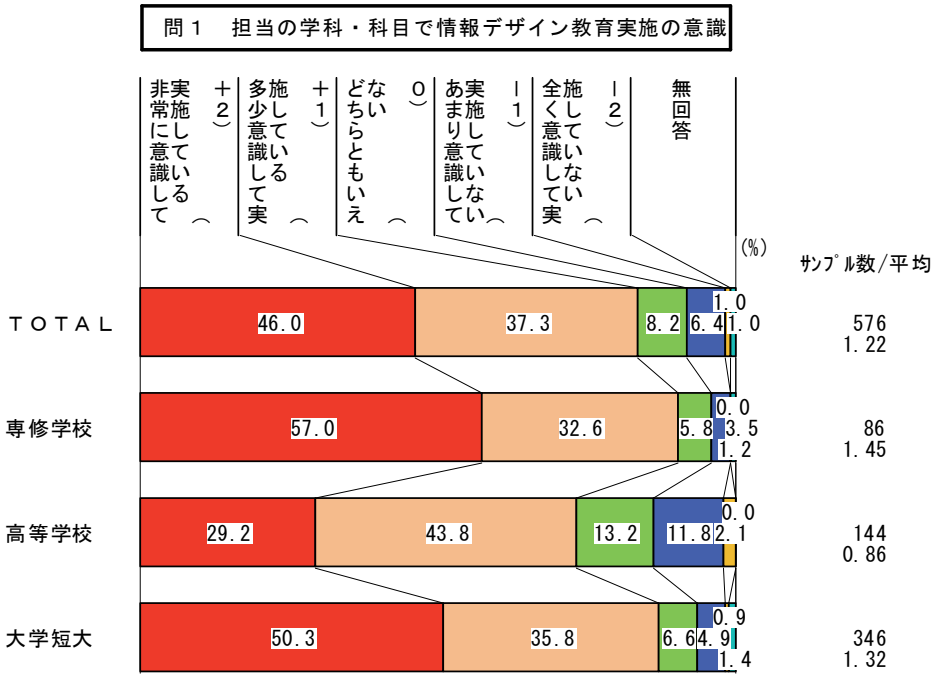
情報デザイン教育については、どの学校種においても必要性を感じており、必要と思う（「非常にそう思う」、「まあそう思う」の合計）割合は、６割以上となっている。



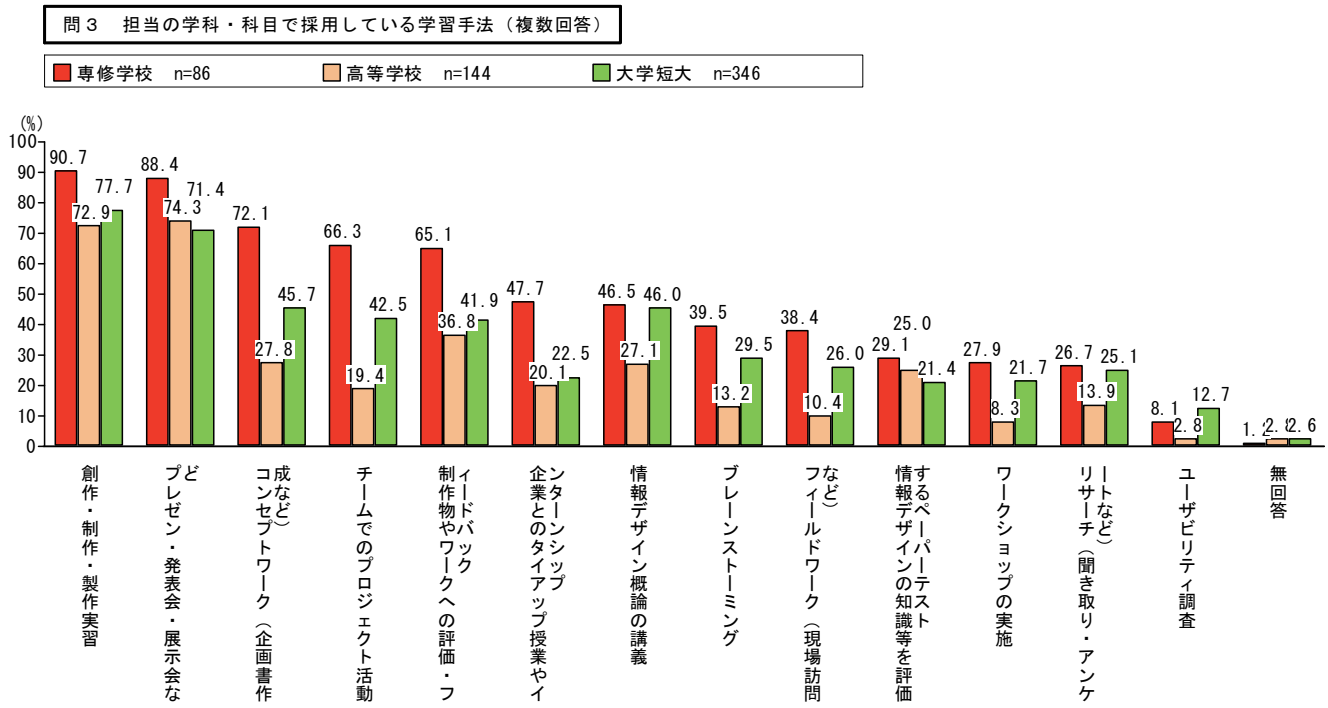
２．　情報デザイン関連学科・科目の実態

（１）学習範囲・学習手法

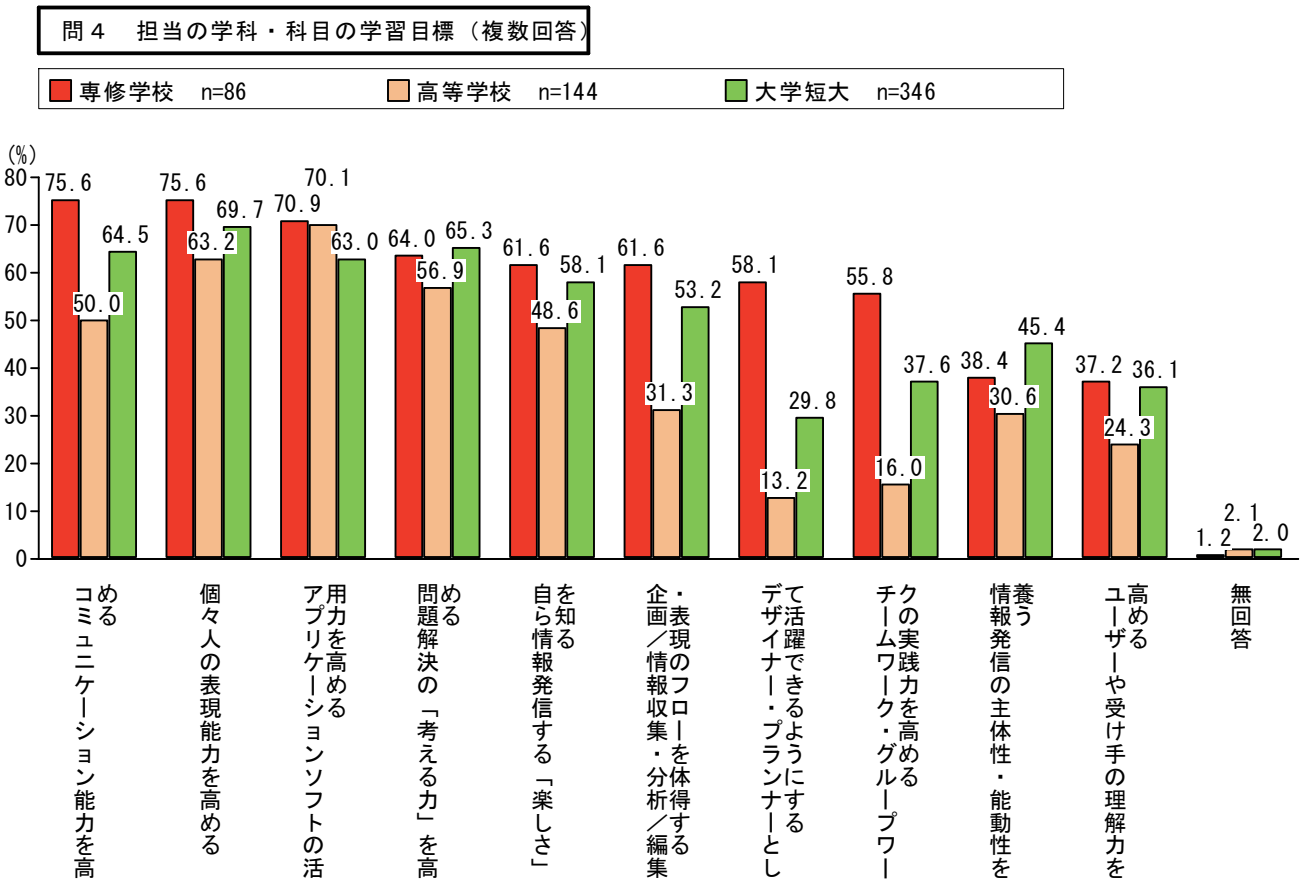
担当学科・科目における情報デザイン教育に対する意識について、意識的に実施している（「非常に意識して実施している」、「多少意識して実施している」の合計）割合は、専修学校、大学短大で特に高く、８割以上を占めている。



情報デザイン教育として実施している学習手法では、「創作・制作・制作実習」、「プレゼン・発表会・展示会など」がどの学校種でも上位にあげられている。専修学校では、「コンセプトワーク」、「制作物やワークへの評価・フィードバック」も他の学校種より高くなっている。

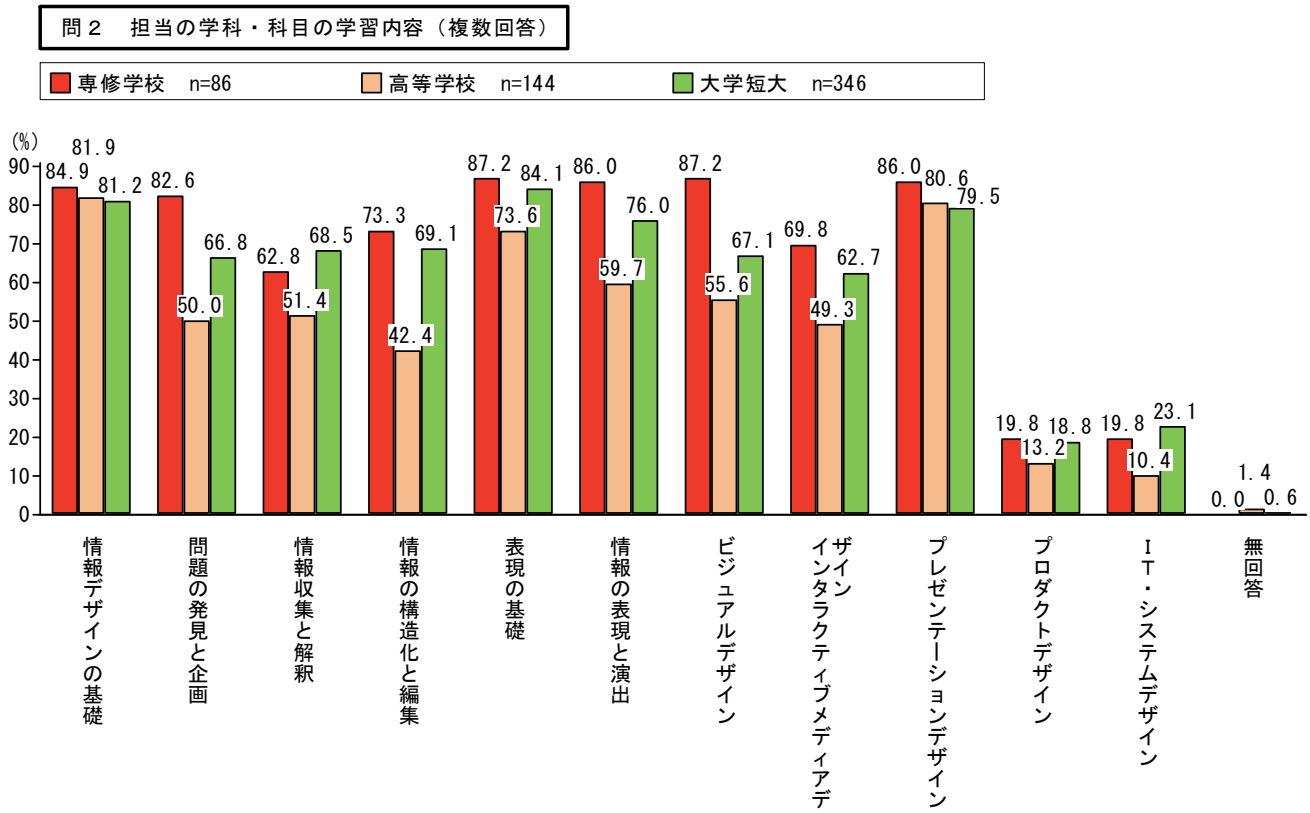


実施している情報デザイン教育の学習目標では、学校種により、やや差が見られる。「個々人の表現能力を高める」、「アプリケーションソフトの活用力を高める」はどの学校種でも上位にあげられている一方、「コミュニケーション能力を高める」は、専修学校において最も高くなっている。



（２）学習内容・実施科目

情報デザイン教育の学習内容については、「情報デザインの基礎」、「表現の基礎」、「プレゼンテーションデザイン」については、どの学校種も約８割の実施となっている。



学習内容の詳細について、学校種別にまとめたものが下記の表である。網掛けは、実施率 50%以上の学習内容である。

大項目として、実施率が高かった「情報デザインの基礎」では「情報モラル」、「表現の基礎」では「色彩構成」の実施率がそれぞれ高く、「プレゼンテーションデザイン」についてはどの学習内容においても実施率が高く、また、どの学校種においても実施率が高くなっている。

		実施科目（情報デザイン関連）		
		専修学校	高等学校	大学短大
		n=86	n=144	n=346
情報デザインの基礎	1 情報社会とデザイン	59.3	41.0	46.2
	2 情報メディアとデザイン	40.7	26.4	38.2
	3 情報デザインとは	51.2	20.1	34.7
	4 情報モラル	57.0	74.3	56.6
問題の発見と企画	5 企画の開始	55.8	29.2	37.6
	6 コンセプトメイキング	64.0	26.4	47.7
	7 コンセプト具現化とデザイン計画	67.4	29.9	43.4
	8 チームオペレーション	45.3	12.5	27.7
情報収集と解釈	9 調査	43.0	27.8	41.0
	10 分析と解釈	44.2	29.9	47.4
	11 マーケティングリサーチ	27.9	9.7	14.5
情報の構造化と編集	12 情報アーキテクチャ	33.7	8.3	30.1
	13 インタフェースの設計	48.8	17.4	37.6
	14 企画プレゼンテーション	60.5	28.5	46.2
表現の基礎	15 平面構成	76.7	38.2	49.1
	16 立体構成	54.7	25.7	30.6
	17 色彩構成	77.9	52.1	54.3
	18 質感構成	51.2	20.1	27.7
	19 音構成	20.9	18.1	21.4
	20 運動・動き構成	58.1	34.7	43.6
	21 デザイン要素と心理	55.8	28.5	37.9
	22 画材・コンピュータ	67.4	29.9	45.1
情報の表現と演出	23 レイアウトとその要素	75.6	42.4	53.2
	24 関連性の表現	32.6	16.0	35.5
	25 空間・時間展開の表現	45.3	16.0	28.0
	26 ユーザインタフェースの表現	41.9	8.3	33.5
	27 映像表現	32.6	13.9	27.7
	28 静的表現・動的表現	41.9	20.1	30.9
ビジュアルデザイン	29 平面媒体の情報伝達の手法等の基礎知識と応用	70.9	33.3	44.8
	30 ビジュアルデザイン企画・設計等の基礎知識	60.5	25.7	39.6
	31 平面媒体による情報表現	59.3	27.1	42.8
インタラクティブメディアデザイン	32 デジタルメディアの情報伝達の手法等の基礎知識と応用	62.8	42.4	53.5
	33 デジタルメディアのコンテンツの企画等の基礎知識	50.0	20.1	36.1
	34 デジタルメディアの情報表現等のデザイン	44.2	14.6	34.1
プレゼンテーションデザイン	35 プレゼンテーションの手法等の基礎知識と応用	72.1	63.9	62.7
	36 プレゼンテーションの企画・シナリオ・表現	68.6	59.0	62.7
	37 プレゼンテーションの実施環境・リハーサル	66.3	52.8	53.5

今後実施したい学習内容の詳細について、学校種別にまとめたものが下記の表である。網掛けは、上位５項目である。「情報収集と解釈」の「マーケティングリサーチ」がどの学校種でも上位にあげられている。また、「表現の基礎」においては、「音構成」も高い。

		今後実施したい科目（情報デザイン関連）		
		専修学校	高等学校	大学短大
		n=86	n=144	n=346
情報デザインの基礎	1 情報社会とデザイン	14.0	13.2	12.1
	2 情報メディアとデザイン	17.4	15.3	12.4
	3 情報デザインとは	14.0	19.4	13.9
	4 情報モラル	29.1	13.9	17.3
問題の発見と企画	5 企画の開始	18.6	12.5	11.3
	6 コンセプトメイキング	18.6	14.6	12.4
	7 コンセプト具現化とデザイン計画	11.6	12.5	12.4
	8 チームオペレーション	18.6	18.8	18.8
情報収集と解釈	9 調査	26.7	20.1	17.1
	10 分析と解釈	23.3	20.1	17.3
	11 マーケティングリサーチ	36.0	22.2	26.0
情報の構造化と編集	12 情報アーキテクチャ	19.8	19.4	16.8
	13 インタフェースの設計	16.3	15.3	13.9
	14 企画プレゼンテーション	14.0	18.1	12.7
表現の基礎	15 平面構成	8.1	16.7	9.0
	16 立体構成	15.1	21.5	13.6
	17 色彩構成	8.1	16.7	7.5
	18 質感構成	17.4	17.4	15.6
	19 音構成	26.7	25.0	19.7
	20 運動・動き構成	19.8	25.7	13.9
	21 デザイン要素と心理	18.6	18.8	11.6
	22 画材・コンピュータ	8.1	15.3	8.1
情報の表現と演出	23 レイアウトとその要素	10.5	12.5	6.4
	24 関連性の表現	16.3	9.0	15.6
	25 空間・時間展開の表現	18.6	9.7	14.5
	26 ユーザインタフェースの表現	15.1	13.2	15.6
	27 映像表現	14.0	16.7	13.9
	28 静的表現・動的表現	15.1	14.6	15.3
ビジュアルデザイン	29 平面媒体の情報伝達の手法等の基礎知識と応用	4.7	11.1	8.7
	30 ビジュアルデザイン企画・設計等の基礎知識	10.5	11.8	11.0
	31 平面媒体による情報表現	10.5	11.8	5.5
インタラクティブメディアデザイン	32 デジタルメディアの情報伝達の手法等の基礎知識と応用	19.8	25.0	16.2
	33 デジタルメディアのコンテンツの企画等の基礎知識	16.3	20.8	17.6
	34 デジタルメディアの情報表現等のデザイン	18.6	20.1	15.9
プレゼンテーションデザイン	35 プレゼンテーションの手法等の基礎知識と応用	14.0	9.7	10.7
	36 プレゼンテーションの企画・シナリオ・表現	15.1	15.3	8.4
	37 プレゼンテーションの実施環境・リハーサル	12.8	17.4	12.4

学習内容の詳細について、グラフィック関連学科の状況を学校種別にまとめたものが下記の表である。網掛けは、実施率 50%以上の学習内容である。専修学校、大学短大ともに過半数の項目が実施率 50%以上となっている。

		実施科目（グラフィック）		
		専修学校	高等学校	大学短大
		n=35	n=37	n=46
情報デザインの基礎	1 情報社会とデザイン	62.9	48.6	71.7
	2 情報メディアとデザイン	40.0	24.3	45.7
	3 情報デザインとは	57.1	24.3	47.8
	4 情報モラル	45.7	67.6	37.0
問題の発見と企画	5 企画の開始	68.6	40.5	54.3
	6 コンセプトメイキング	74.3	43.2	71.7
	7 コンセプト具現化とデザイン計画	80.0	43.2	78.3
	8 チームオペレーション	45.7	8.1	39.1
情報収集と解釈	9 調査	48.6	37.8	50.0
	10 分析と解釈	48.6	37.8	43.5
	11 マーケティングリサーチ	31.4	10.8	15.2
情報の構造化と編集	12 情報アーキテクチャ	31.4	5.4	17.4
	13 インタフェースの設計	45.7	13.5	30.4
	14 企画プレゼンテーション	71.4	29.7	58.7
表現の基礎	15 平面構成	88.6	51.4	80.4
	16 立体構成	62.9	35.1	58.7
	17 色彩構成	91.4	67.6	80.4
	18 質感構成	51.4	27.0	58.7
	19 音構成	20.0	8.1	10.9
	20 運動・動き構成	62.9	40.5	41.3
	21 デザイン要素と心理	68.6	40.5	67.4
	22 画材・コンピュータ	77.1	40.5	84.8
情報の表現と演出	23 レイアウトとその要素	88.6	51.4	80.4
	24 関連性の表現	31.4	18.9	47.8
	25 空間・時間展開の表現	57.1	21.6	56.5
	26 ユーザインタフェースの表現	40.0	13.5	43.5
	27 映像表現	34.3	13.5	34.8
	28 静的表現・動的表現	42.9	13.5	45.7
ビジュアルデザイン	29 平面媒体の情報伝達の手法等の基礎知識と応用	88.6	45.9	84.8
	30 ビジュアルデザイン企画・設計等の基礎知識	68.6	35.1	71.7
	31 平面媒体による情報表現	77.1	32.4	84.8
インタラクティブメディアデザイン	32 デジタルメディアの情報伝達の手法等の基礎知識と応用	65.7	40.5	41.3
	33 デジタルメディアのコンテンツの企画等の基礎知識	57.1	16.2	37.0
	34 デジタルメディアの情報表現等のデザイン	48.6	16.2	32.6
プレゼンテーションデザイン	35 プレゼンテーションの手法等の基礎知識と応用	74.3	75.7	54.3
	36 プレゼンテーションの企画・シナリオ・表現	65.7	67.6	67.4
	37 プレゼンテーションの実施環境・リハーサル	77.1	62.2	52.2

今後実施したい学習内容の詳細について、グラフィック関連学科の状況を学校種別にまとめたものが下記の表である。網掛けは、上位５項目である。「情報収集と解釈」の「マーケティングリサーチ」が特に大学短大で高く、また、「表現の基礎」においては、「音構成」が専修学校、高等学校ともに特に高くなっている。

		今後実施したい科目（グラフィック）		
		専修学校	高等学校	大学短大
		n=35	n=37	n=46
情報デザインの基礎	1 情報社会とデザイン	17.1	16.2	10.9
	2 情報メディアとデザイン	20.0	16.2	17.4
	3 情報デザインとは	14.3	24.3	13.0
	4 情報モラル	37.1	8.1	28.3
問題の発見と企画	5 企画の開始	11.4	21.6	10.9
	6 コンセプトメイキング	20.0	16.2	10.9
	7 コンセプト具現化とデザイン計画	11.4	10.8	13.0
	8 チームオペレーション	17.1	21.6	28.3
情報収集と解釈	9 調査	22.9	18.9	19.6
	10 分析と解釈	17.1	21.6	23.9
	11 マーケティングリサーチ	31.4	27.0	41.3
情報の構造化と編集	12 情報アーキテクチャ	25.7	16.2	23.9
	13 インタフェースの設計	20.0	13.5	15.2
	14 企画プレゼンテーション	14.3	13.5	15.2
表現の基礎	15 平面構成	8.6	21.6	4.3
	16 立体構成	20.0	29.7	8.7
	17 色彩構成	5.7	16.2	4.3
	18 質感構成	25.7	24.3	6.5
	19 音構成	34.3	32.4	28.3
	20 運動・動き構成	14.3	27.0	19.6
	21 デザイン要素と心理	20.0	27.0	6.5
	22 画材・コンピュータ	14.3	21.6	4.3
情報の表現と演出	23 レイアウトとその要素	11.4	16.2	2.2
	24 関連性の表現	22.9	5.4	19.6
	25 空間・時間展開の表現	20.0	5.4	10.9
	26 ユーザインタフェースの表現	25.7	8.1	21.7
	27 映像表現	17.1	16.2	21.7
	28 静的表現・動的表現	20.0	16.2	21.7
ビジュアルデザイン	29 平面媒体の情報伝達の手法等の基礎知識と応用	5.7	13.5	4.3
	30 ビジュアルデザイン企画・設計等の基礎知識	17.1	13.5	13.0
	31 平面媒体による情報表現	8.6	18.9	4.3
インタラクティブメディアデザイン	32 デジタルメディアの情報伝達の手法等の基礎知識と応用	25.7	21.6	28.3
	33 デジタルメディアのコンテンツの企画等の基礎知識	22.9	21.6	26.1
	34 デジタルメディアの情報表現等のデザイン	22.9	13.5	28.3
プレゼンテーションデザイン	35 プレゼンテーションの手法等の基礎知識と応用	11.4	10.8	19.6
	36 プレゼンテーションの企画・シナリオ・表現	20.0	16.2	6.5
	37 プレゼンテーションの実施環境・リハーサル	11.4	13.5	13.0

学習内容の詳細について、CG・ＷＥＢ関連学科の状況を専修学校と大学短大別にまとめたものが下記の表である。実施科目における網掛けは、実施率 50%以上の学習内容であり、今後実施したい科目については、上位 5 項目である。専修学校と大学短大での実施度にやや差が見られる。

		実施科目（CG・WEB）		今後実施したい科目（CG・WEB）	
		専修学校	大学短大	専修学校	大学短大
		n=23	n=91	n=23	n=91
情報デザインの基礎	1 情報社会とデザイン	73.9	44.0	4.3	11.0
	2 情報メディアとデザイン	47.8	38.5	13.0	14.3
	3 情報デザインとは	47.8	44.0	13.0	12.1
	4 情報モラル	78.3	53.8	21.7	18.7
問題の発見と企画	5 企画の開始	47.8	36.3	17.4	14.3
	6 コンセプトメイキング	65.2	47.3	8.7	14.3
	7 コンセプト具現化とデザイン計画	69.6	38.5	0.0	14.3
	8 チームオペレーション	56.5	27.5	13.0	18.7
情報収集と解釈	9 調査	34.8	35.2	34.8	16.5
	10 分析と解釈	30.4	38.5	34.8	18.7
	11 マーケティングリサーチ	17.4	14.3	43.5	26.4
情報の構造化と編集	12 情報アーキテクチャ	47.8	34.1	17.4	17.6
	13 インタフェースの設計	65.2	50.5	8.7	12.1
	14 企画プレゼンテーション	60.9	45.1	4.3	9.9
表現の基礎	15 平面構成	82.6	48.4	4.3	12.1
	16 立体構成	52.2	25.3	13.0	18.7
	17 色彩構成	87.0	64.8	4.3	6.6
	18 質感構成	60.9	26.4	13.0	19.8
	19 音構成	26.1	25.3	26.1	19.8
	20 運動・動き構成	65.2	53.8	26.1	13.2
	21 デザイン要素と心理	56.5	31.9	17.4	17.6
	22 画材・コンピュータ	78.3	42.9	4.3	6.6
情報の表現と演出	23 レイアウトとその要素	78.3	53.8	13.0	8.8
	24 関連性の表現	39.1	29.7	8.7	18.7
	25 空間・時間展開の表現	52.2	20.9	21.7	18.7
	26 ユーザインタフェースの表現	56.5	36.3	4.3	17.6
	27 映像表現	39.1	31.9	17.4	12.1
	28 静的表現・動的表現	52.2	24.2	0.0	22.0
ビジュアルデザイン	29 平面媒体の情報伝達の手法等の基礎知識と応用	56.5	34.1	8.7	11.0
	30 ビジュアルデザイン企画・設計等の基礎知識	60.9	39.6	4.3	12.1
	31 平面媒体による情報表現	43.5	39.6	21.7	7.7
インタラクティブメディアデザイン	32 デジタルメディアの情報伝達の手法等の基礎知識と応用	69.6	70.3	13.0	8.8
	33 デジタルメディアのコンテンツの企画等の基礎知識	65.2	40.7	4.3	18.7
	34 デジタルメディアの情報表現等のデザイン	56.5	37.4	8.7	23.1
プレゼンテーションデザイン	35 プレゼンテーションの手法等の基礎知識と応用	60.9	56.0	8.7	12.1
	36 プレゼンテーションの企画・シナリオ・表現	65.2	54.9	8.7	6.6
	37 プレゼンテーションの実施環境・リハーサル	60.9	39.6	8.7	15.4

このほかに取り組んでいる「情報デザイン能力」や「情報コミュニケーション能力」の向上のために実施している学習内容としては、下記のようなものがあげられた。

＜専修学校＞

・本校のＷｅｂクリエーターコースの授業課題は全て「実在するクライアント」からの依頼であり、架空の題材は用いません。実在するお客様を前にした緊張感」の中で様々な経験を積まなければ、情報収集・分析力や問題発見・解決力、コミュニケーション能力やビジネスマナーなどの本質など学べず、単なるアプリケーションの使いこなしと理屈だけを学ぶカルチャースクールで終わってしまいます。理想的な到達目標は「在学中の案件で学費を稼ぎ出す」と「卒業後はクライアントを引き連れて独立する」です。
・専門学科以外の交流（学生、カリキュラム）
・社会性をともなった展示プロデュース（調査～企画～制作～演出まで）
・実際の企業への商品開発プレゼンテーション
・実際に存在するショップや企業を訪問しＷｅｂサイト制作の一連のワークフローを体験する。（調査、分析～サイト制作まで）
・時間外に懇談する機会を多く持つようにし、発想や問題意識を高めるようにしている。
・産学協同プロジェクト（DTP 企業の商品用年賀状デザインを合同制作）
・企業等が実施するデザイン（アイディア）コンペティションへの積極的参加
・企業や地域と連携したイベントへ参加。学生グループ分けし、イベントの主旨を理解→企画、デザイン制作の流れで参加。このプロセスの中でコミュニケーション能力の向上を図っている。また、イベント運営にも参加することで自分達の成果を直接確認する。
・学内で年１回”プレゼンテーション大会”を実施し、企業の方々やご父母等をおよびして、技術向上に役立ている。
①ブランディングの授業を通じて、経営とデザインについての理解を促す。①街のデザイン観察学という実践授業を通じて、取材をしたりヒヤリング調査やビジュアル・オーデット等を行い、実際の情報との関わり方を学ばせている。
・ビジュアルの発想トレーニング・・・ビジュアルを発想してポスター等を制作するわけだが、物事を変わった視点で”見る、考える”事が大切である。「おもしろい事」を考える事ができるよう、”考え方”の学習をする。
・ディレクションを行う為の授業。専攻をこえたコラボレーション（エンジニア専攻とデザイン専攻の学生での制作）
・コミュニケーション能力の向上
・「コピーライティング」という科目を設け、分かりやすい文章作成のポイントやテクニックなどについての学習をしています。また、それと平行して効率よく情報を伝え強い印象を与えるビジュアル表現の基本ルール等も学習しています。
・リフレクション（学びの振りかえり）・仮説思考のプロセス・観察法（ユーザー観察）
・ビジネスに関する一般的なアプリケーションの基礎。・ビジネスマナー
・Ｗｅｂデザインコースは IT 関連企業にて企業実習。放送デザインコースは放送局にて放送実習を毎週 1 回、出社しインターシップ実施

＜高等学校＞

・表現能力の向上（演技、編集技術、撮影技術）強いメッセージ性
・伝える内容の整理を紙（シート）にすることを繰り返し行う。
・地元地域商店会との連携による実践学習によりグラフィックデザンイを通して２つの能力育成をはかっている。
・他大学との連係による e-ラーニング
・専門科目の中において特に実施していないが、課題研究等のプレゼンテーションの処遇な科目の中で補助的に活用している。また話し合いの中で生徒が自然にプレーンストーミングが行える様指導している。
・自分の紹介をとおして、親と自分の歴史を話しクラスで発表する。発表のための指導もしている。
資格取得（Ｗｅｂクリエイター、FLASH クリエイター）コンテスト出品（デジタル映像祭、デザインコンテスト、表現コンテスト）
・学習指導要領通り。また職業人としてのスキルを高めるため、プレゼン（パワーポイントやスピーチ形式）を用いて授業を行っている。
・課題研究において中間報告会、最終報告を実施し、そのなかで相互評価票を利用し、生徒どうしでも評価しあうことを行っている。
・科目「課題研究」学習内容、電子商取引、売り上げを伸ばすための情報デザイン（心理的要素、技術的要素）
・ワードやエクセルデータの利用。
・メディアコンテンツの互換性への知識。メディア論とメディアリテラシー
・プレゼンテーションの発表の場として、課題研究の発表会を実施している。
・グループによるＷｅｂ作成
・のれんの制作を３年前よりはじめたが商店主の方とコミュニケーションをとりながら生徒のコミュニケーション能力を高めるようにしている。
・ここで取り上げるコミュニケーション能力は積極的に受け手に働き掛ける能力を差す。内容は送り手と受け身の間に、意志の疎通（5W1H）、共感（好意・好感）が成立つ事を基本とする。情報をデザインする能力とは、それを可能にする技術的、技法的な処理能力を差す。
・（学）DST 入門という科目において、コミュニケーション能力の向上を目的として生徒本人による企画、脚本、録音、編集という過程を経てラジオ CM やラジオドラマを作成させています。
・モデリング　座標系（3 次元）、移動、回転、スケール、モデリング手法　※フリーソフトの Pov-RAY を使って指導している。・CGーARTS 検定の取り組み（3 級は全員合格を目指す）
・プレゼンテーションによる課題発表会・ＷＥＢデザインの発表会（作品）
・CGI（プログラミング）の学習
・3D-CG の制作

＜大学短大＞（同内容の意見省略）

・問5にリストアップされているＪ検情報デザイン試験の内容を理解するため、同情報活用試験の学習内容の科目を設置、連携させている。
・文部科学省後援日本情報処理検定協会主催の「文書デザイン検定」1級～3級を年2回受験させている。
・特にデジタル一眼カメラを用いた物品や景観、人物の撮影能力とその映像加工技術の習得や、それらの画像を連続的に組み合わせることで作り出す映像表現、その映像に付加する音響や音楽の制作を実施しています。
・大学発行の学園新聞の取材から記事、編集、撮影を行う。また学内の学科別Ｗｅｂサイトの構築した。
・専門領域を越えた共同制作を通して、商品企画とその商品に関するプロモーションを行う。本来のコースでの専門領域を様々な形で試し、協力しあい、新しい発見、発明を生み出す。その結果、総合的な表現能力とプレゼンテーション能力を養い、優秀な作品や商品を作りだす。
・人の行動を支援する為のサイン計画、ピクトグラムの研究。
・情報リスクマネジメント　具体的な項目としては①人権侵害②肖像権侵害③著作権侵害④個人情報⑤プライバシー侵害⑥ハイテク犯罪（1ページ目に記入された科目以外の科目で上記の項目を考えている。）
・情報データベースの利用、Ｗｅｂでのコミュニケーションシステムの活用
・情報セキュリティ基礎
・作品相互評価、審査の方法と実践。スタジオプレゼンテーション実技。知財、著作権を念頭においた設計、企画
・個人のアイデンティティ確立のためのワーク（例：セルフブランディングなど）　（情報デザイン能力・コミュニケーション能力の育成の上でベースとなる内容を考えています。）
・既存のデジタルコンテンツ（特にに歴史学系）の批判的読解（デジタルコンテンツの表象文化論的な解釈）
・基本的なユーザビリティ、アクセンシビリティ、ユニバーサルデザインなどをＷｅｂ制作に関連する範囲で扱っています。
・企業と連携して、テーマ設定し、ラウンドテーブル形式のディスカッション等も設け、現在の状況、問題点などに敏感に考える機会を設定している。
・感性情報とデザイン、情報伝達メカニズム、マルチメディアにおけるディジタル表現の基礎（符号化）
・仮想デザイン事務所を学生と運営し、クライアントとのコミュニケーションを実践で行っている。
・①異文化情報の処理に関する基礎的理解を得ること。②同上のことを外国の当核機関で研修を通じて具体的に理解すること。
・プログラミングの授業では、動かないプログラムを正常に動作するように組み直す課題を与えた。問題を解決する過程で「どこに」「どのような」問題があり、「どうすれば」解決するのか考えさせる。
・デザインの基礎科目としての「デッサン演習」。描写力向上の為のデッサン力を修得するのではなく、コミュニケーションの手段としてのデッサンを実施。
・アルゴリズミック、デザイン（プログラミング/スクリプティング）デバイス・デザイン（電子工作、センサー）
・アイデア創出法について（概要、演習）。アクセシビリティ、ユーザビリティなどユニバーサルデザインに関連する説明、講義。
・ものづくり（機械系工業製品製造）のフローとの比較
・認知科学・インタラクションデザイン・プロトタイピング・ユーザビリティー・インフォメーショングラフィックス（含：ダイナミック）
・情報伝達のメカニズム・Ｗｅｂサイトのデザインに特化したデザインプロセス
・情報及び情報資源の共有化と協調的学習手法の利用・ソーシャルコミュニケーションの利用
・ボキャブラリー（ビジュアル・ボキャブラリー、サウンドボキャブラリー、スメルボキャブラリー等）の意識的なインプット。・発想に関するトレーニング
・Ｗｅｂデザインの検定試験を目標としたスキルアップの為の試験問題の解答演習を行っている。(外部の協会等が実施)
・PowerPoint を用いたプレゼンテーションの実演に関連づけて「情報デザン能力」及び「情報コミュニケーション能力」に必要な事項を取り組んでいるが充分な時間の確保ができず今後の課題としている。
・CG-ARTS 検定の実験を推奨し、希望者に個別指導している。
・Art 的なＷｅｂデザインのみでなく、情報の流れをデザインするシステムデザインも重視している。
・3D（Maya）アプリケーションソフトの習得。研究会をつくり、より実践に近い体験を可能にする。バリアフリー、ユニバーサル、サスティナブルなどのコンセプトを同時に考える。

（３）特徴的な取組・工夫

問題発見力、実現力、発想力、段取り力など情報デザイン能力を伸ばすために工夫されていることや、特徴的な取り組み、アプローチとして、以下のような事柄があげられた。

＜専修学校＞（同内容の意見省略）

・企業、地域からの制作依頼を受け、外部との接点を持つことと、プロになるための実践的な制作を行っている。
・反復スピード：課題は１日（3h）で簡潔「作法・型の定着」「感性を磨く」「作法と感性を繋ぐ」を基とした指導プログラムの導入
・展示会を実施し作品を多くの人々に見てもらうようにしている
・地方公共団体、業界団体、企業等にご協力いただいて業務の全部または一部を受託し、授業とゼミで取り組む。
・他学科のコラボレーション。例えば、ゲーム学科で制作したゲームタイトルを紹介する。Ｗｅｂサイト制作など。
・卒業生などの作品ライブラリーを活用して、手の届く表現からスタートさせる。専門学校としての枠にとどまる表現とならないように、多様な発想を活かすように心掛けている。
・初期教育の段階からは取り組まずに、一連のソフトの操作に慣れ作品制作を何度かした段階でこれらのカリキュラムを実践しています。
・授業の中で、学生同士でまず評価させる（問題発見能力・コミュニケーション能力）。
・社会人としての礼儀やマナーを身に付け、人間性の向上を目指している。
・実際の社会事例を参考に授業を行っています。例えば課題においても、実際の商品やサービス、クライアントを設定した上での段どりをとらせます。
・産学協同プロジェクト　学外イベント
・企業をクライアントに迎え、チームを編成し、クライアントのニーズに合わせた制作を行っている。実際の業務を想定し、学生がマーケティング、リサーチ、企業、メディア選択、制作、プレゼンテーションを行う。その各段階で発生する様々な問題を解決しながら技術、コミュニケーションスキル、人間性などの向上を図る総合的なプログラムを活用。
・企業からの JT として、制作依頼を積極的に受け入れ、チームを組んで課題をこなしている。
・外部での研修や展示会の企画・調整は全て学生主導でさせる。
・課題作品が完成した後に必ずクラス内で講評会を実施し、プレゼン能力を高める機会をつくっている。また、各種設計デザインコンペティションに応募させ、表現力、企画力の向上に努めている。
・プロジェクトチームでの活動　課外で学生が主体となり、マシンメンテナンスやセミナー開催、イベント企画をするというもの。上記のプロセスのいくつかを組み合わせて運用が実現されています。
・プレゼンテーション重視、入学時の宿泊オリエンテーションの実施
・テーマを与え見て面白い、興味深い物を作成するように指示。各自の発想でつくらせ、成果物を発表（プレゼン）させる。
・テーマごとの表現研究と結果のプレゼンテーションによる自己情報収集能、問題発見力の向上及び情報の共有。課題へのリテイクによる問題発見、解決能力の育成。日常的なコミュニケーション。
・コラボ授業として他の学科の授業を受け発想力や表現力を伸ばす。
・コミュニケーション力をアップさせる為、グループ活動を増やしています。
・「事例研究」という科目を設け、学生が主体となり、各種公募展に応募したり産学連携による課題を実施したりしています。
・「基礎学習→目標（検定・コンペ）→結果」の流れをできる限り取り入れています。
・1.企業から、内定をいただいた者については、その企業について、プレゼンを実施。2.実習重視。記憶より製作物について評価を行う。3.卒業制作にて、問題発見から企画・製作・発表・反省を実施。4.「手づかみ情報局」というＷｅｂサイトを学生に自主運営させている。（EC 実習）

＜高等学校＞（同内容の意見省略）

・様々な課題に応じて、各自の創意工夫により作品を制作し、完成後、発表会を実施しプレゼンテーション能力を養う。
・文化祭でマナー向上を訴えるCMを作成し、映像を流す。HPを作成し他人に訴える。広告を作成し他人に訴える。
・幅広くソフトを使わせ、まず体験させることを第一目標にしている。その体験を元に自由制作（卒業制作展）を行なわせている。
・通信制の高校であるので、スクーリング回数が少ないので、その中でできることにいろいろなことをしぼって教えることに注意しています。
・地元地域商店会との連携による実践学習によりグラフィックデザンイを通して2つの能力育成をはかっている。
・総合学習の時間において、様々な調査・分析を行い、全体の場で発表する機会をもっている。
・情報Aで学んだスキルを基に商業や工業の専門科目の取組みを行い、上位科目ではプロダクトデザイン等に取組み企業とのコラボレーションを行っている。
・商業科目「課題研究」電子商取引、研究に仮説を設定させマーケティング活動（市場調査→取扱商品、店舗の選定→契約→Ｗｅｂショップ受注システム（暗号化）構築→受注管理、販売促進
・授業の終わりにその日わかったことと感想を記入してもらっている。記入に際し5W1Hに注意を促している。
・実習を多く取り入れ、基本的な技能習得後は個人作品製作に移り、そこで必要とされる技能は個々に学習させていく。創造力の伸びしろを残す手立てを工夫しているところです。
・実際に起こる可能性のあるケースや事例を提示して、何が問題かを考えさせて、それを解決する手順を決め、最終的にはプレゼンテーションを行うことで、相手への理解を求める指導を行っている。
・時期にあわせた学校行事やクラス活動し、タイアップしている。
・紙ベースの作品の指示、キャプチャ画像を校内Ｗｅｂにて公開。発表会の実施。全員がＷｅｂページを作り、校内Ｗｅｂにて公開している。
・私が芸術の教員ではないので、外部のコンクールやコンテストに応募して評価をうけています。夏休みには応募に向けて少し大きめ（難しめ）の作品製作に取り組ませています。
・作品を多く作り、校内や産業教育フェアにて出品している。
・作り手の考えがクライアントにどこまで理解されているかを考えるように取り組ませている。
・検定試験の受験を目標にモチベーションを高めている。
・外部の人達と話をすることを増している。
・過保護に段取りしすぎない。3年時における課題研究は「生徒が動く」を目標に取り組ませている。
・課題研究発表会等でのプレゼンテーションを実施。
・一人一人にテーマ（課題）を考えさせて情報収集をしてプレゼンテーションを行う。
・ワークグループ単位でのヒアリング（課題研究）
・マーケティングの授業で各チームが課題を見つけ、市場調査を行っている。その結果のまとめ、発表でブンセンをしている。
・プログラミングの授業において3名の教員のチームティーチング形式によって、各々の生徒に応じて、自分の力で課題をやりとげられるように指導している。
・プレゼンテーションの機会が2回あり、発表の場を設けている。
・データベースや表計算ソフトの実習をする際、単にテキストどおりにするだけでなく、自分ですべて考えてつくることも行っています。
・「産業社会と人間」のなかで自分のライフプランをパワーポイント等を用いてプレゼンテーションをしている。
・3次元CGの制作。ディジタルアーカイブに関する演習（地元の大学の講習会、夏休み希望者）。プロの写真家を講師とした特別講習（一昨年まで実施）

＜大学短大＞（同内容の意見省略）

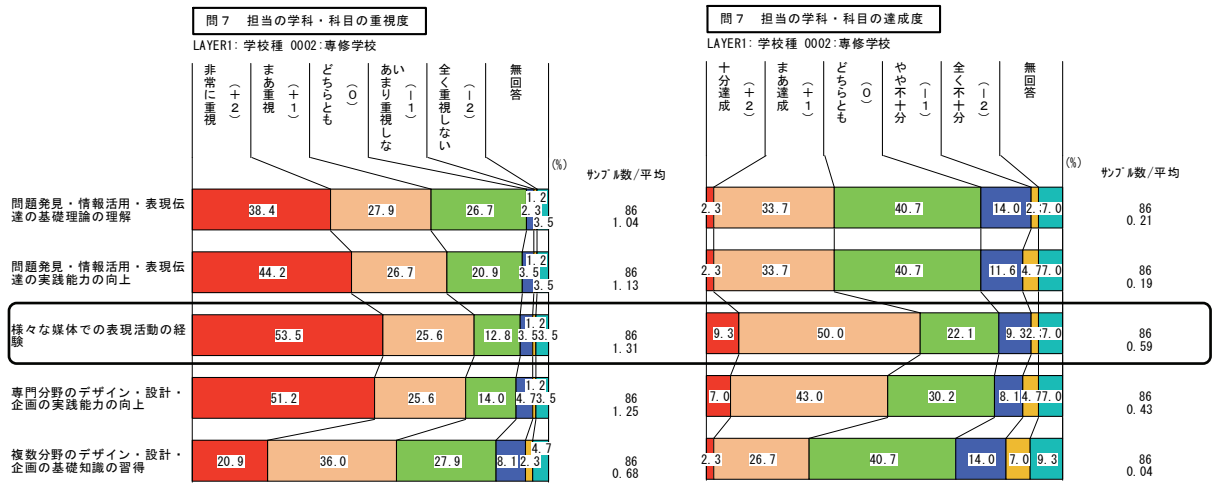
・問題を提起し、学生自身に「足」で調べさせる。調べた内容に関しては学生の多くが一長一短と答える場合が多い。そのため最後は学生自身の「好み」に判断を任せ、その意見を学科教員は尊重する。
・美術的表現だけでなく、言語、文章表現にも力を入れている。また、特に制作においては、企画から制作に至るまでの全てをファイルにのこし過程を振り返り易いようにしている。
・地域連携デザインプロジェクトでは、調査→計画→提案（プレゼン）までをチームで必須科目として行っている。又、企業連携、他大学連携、他科連携など異ジャンルとの共同プロジェクトも多い。
・地域や企業と連携した取り組みを異学年チーム（デザイン専攻生）で実践し、学外で発表する。
・新商品（ソフト含む）開発をテーマに、企画から設計、生産、環境問題に至る一連のプロセスをチーム単位で実践する。問題解決型、ミッション、オリエンテッドをキーワードとしている。
・少人数（1 クラス 10～20 名程度）で検定試験（Ｗｅｂ検定）を受験する条件で受講して、モチベーション確保と維持に努めている。
・授業の中だけでは足りず、課外授業として、大学の紹介ムービーの制作、Ｗｅｂサイト、学園新聞等を作っている。夜もコンピュータ室を開き学生たちは遅くまで制作に取り組んでいる。
・実社会の企業との連携プロジェクトや日本を代表するアートディレクターやアーティストによる社会学習を推進し、実践的なデザイン能力を体得できるようにしている。
・産官学協同プロジェクト、インターンシップやキャリア関係科目を統合する科目、地域協同教育に主眼を置いた科目（現在 GP 取得など）
・構成学理論をデジタル的な手法で学習させる。
・個々の学生の能力を異なったアプローチで伸ばすために、一年時に 7 つのデザイン分野の基礎を全学生が学ぶカリキュラムを採用しています。
・疑似記者会見の実施からプレスリリースの作成へと向かうことによって、アウトプット側から思考することを心がけるように促している
・企業とのコラボレーションによるプロジェクトを行う演習を行っている。この演習を通して、デザイン作品の締切やプレゼンテーションを強く意識させるようにアプローチしている。
・企業（テレビ局、新聞社）とのタイアップによる実践。現場体験型講義、演習の継続的実施。科目外でも様々な表現機会（JVCM 制作、ラジオ番組、ファッションショー企画、映画撮影、映像祭実施、ワークショップ実施等々）を学生に提供
・学内に歴史博物館があるので、そこでの展示活動に参加することで、情報表現力やクライアント（博物館の担当者）との交渉能力などの向上の機会を作っている。また、現在教科書を執筆中。
・学内Ｗｅｂサーバにアップされることで、Ｗｅｂ制作→アップロード→ブラウザ表示でエラーが生じた場合、自分で考えさせて、エラーを発見できるフローをつくっている。
・科目「チャレンジプロジェクトⅠ、Ⅱ」（選択）にて、学生たちがプロジェクトを企画し、グループを構成して、専門分野の教員のアドバイスを求めながらプロジェクトを達成することで各種能力を育てる。
・マルチメディア情報を扱うための理論的基礎を理解させるために、簡単な信号処理の演習を講義に導入している。
・ペーパプロトタイプからデジタルデザインに取り組ませたり、課題物のプレゼン、相互評価を実施しています。
・プロジェクトを組んでソフトウエアの要求定義からテストまで設計書を作成し、コミュニケーションを取りながら 1 つのソフトウエアを構築する。
・プロジェクトという科目で少人数のグループで、システム開発を行います。自分たちで、システムの企画、設計、行程管理を行う実習です。仕様を決定するための話し合いや、成果のプレゼン等でコミュニケーション力や表現力を養います。
・デジタル・アーキビスト資格取得を目標にして行っている。
・デザイン系の学科内にあるので、初歩的なアニメーション制作やマインドマップの制作をとおして、情報メディアに関する導入をはかっている。

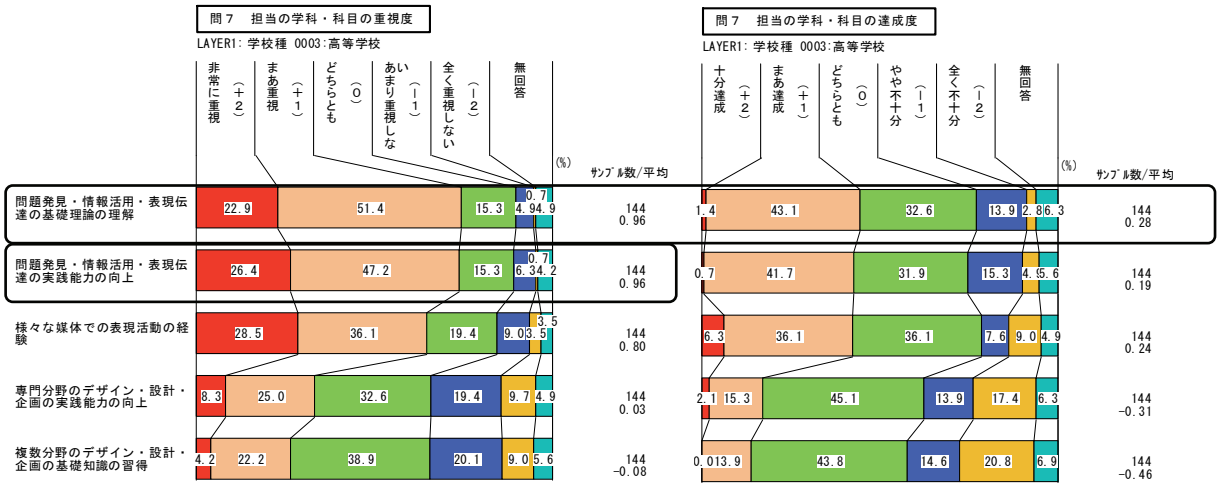
＜大学短大＞（同内容の意見省略）　続き

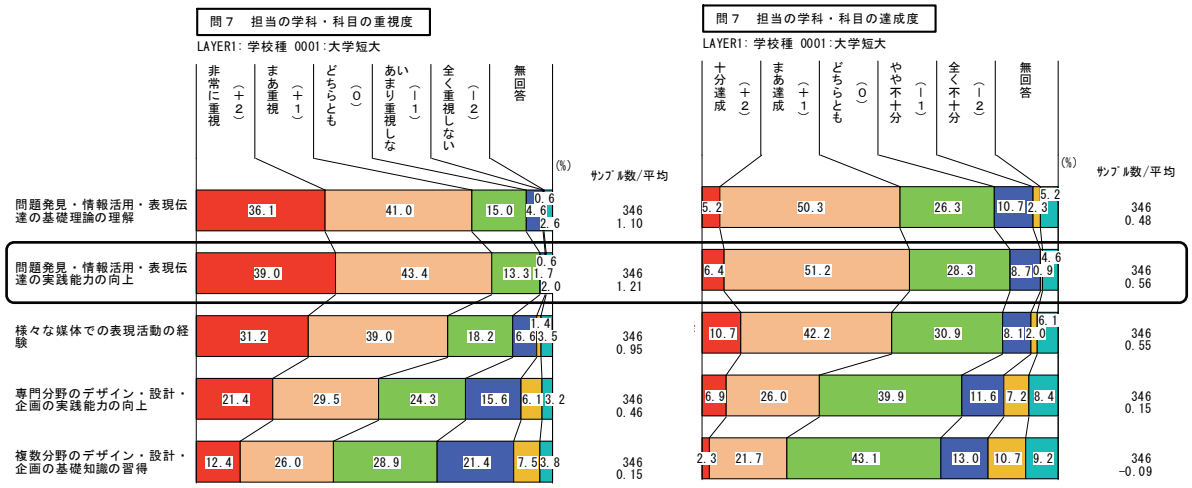
・デザイン学科（プロダクト、スペース、グラフィック、ビジュアルアーツ、情報デザイン）5 コースの学生を対象にスマイルデザイン研究会をつくり、社会問題、環境問題の解決を目的に、実践的な活動を行っている。その活動でより多くの学生が様々な問題に取り組み、新しいアイデアの提案や商品開発をしている。この活動は 2008 年度のグッドデザイン賞（新領域部門）で「グッドデザイン賞」を受賞した。
・チーム活動の進捗を Wiki に記述させて、チームのメンバー間の情報共有を図っている。
・チームティーチング。毎回授業開始時の 2 分間プレゼン（学生による経過報告）。丁寧な中間チェック。
・タイピングの実技テストを実施しており、ブラインドタッチに準ずるレベルを合格としている。
・コミュニケーション能力の向上の為に「コミュニケーション・スキル委員会」を各学科、共通教育センターから委員を出して構成、カリキュラムを含めた教育内容を適宜見直している。
・まずグループ内、クラス内で安心して表現できる環境、信頼作りを導入としてとりいれていることです。トラストフォール、トラストウォーク、ニューカウンセリングなど応用しています。
・あえて 1 年生の早い時期に「インターンシップ」として企業体験をしています。
・「学習支援掲示板」を利用して、情報の共有化をしている。また、3 年次からのコース利用は複数担当制により、学生の能力向上を図っている。
・「マルチメディア入門-マルチメディア演習-マルチメディア論-マルチメディア制作-情報デザイン」という科目体系を設け、段階的教育を実施している。
・「プレゼンテーション入門」で自己分析を、「コンセプトメイキング入門」で自己 PR 事項の整理をさせている。（どちらも「創造設計演習Ⅰ」「工学基礎実験」内で実施）
・「チームオペーレーション」の学習では、コンピュータ&ネットワークを利用したビジネスゲームを行っている。
・（コンピュータミュージックでの）作曲、CD（ジャケットからのオリジナルな）制作、発表会
・eledrming によるソフトウエア操作方法の学習
・Google グループなどの活用によるグループ作業の構築。ノウハウ授業ではなく、文化、社会、歴史、自然科学といった広い領域からのメディア情報の解釈、理解度の向上
・DTP といったデジタルデザインプロセスを教育する前に、カッターや糊と云った従来のデザイン技術学習をすることで、現実的なデザイン対処能力や集中力、作業計画能力全般の向上を図り、同時にパソコンでのデザイン技術学習への円滑な以降を目指しています。
・3 次元 CAD（機械設計の授業で利用）の活用
・1 年次から 3 年次まで情報メディア関係の複数の課目のなかにグループワーク、プロジェクトワーク企画・制作の実習をとり入れて、上記基礎能力を高めるトレーニングをしている学科、学生の自習取り組みの場として「工房」を設置、外部のコンテストなどへの応募を支援している。

（４）習得能力の重視度・達成度

情報デザイン関連学科・科目において、重視している事柄とその達成度について、学校種によって特徴が見られる。専修学校においては、「さまざまな媒体での表現活動の経験」が重視度・達成度ともに最も高い。高等学校においては、「問題発見、情報活用、表現伝達の基礎理論の理解」が重視度・達成度ともに最も高くなっている。大学短大においては、「問題発見、情報活用、表現伝達の実践能力の向上」が重視度・達成度ともに最も高い。

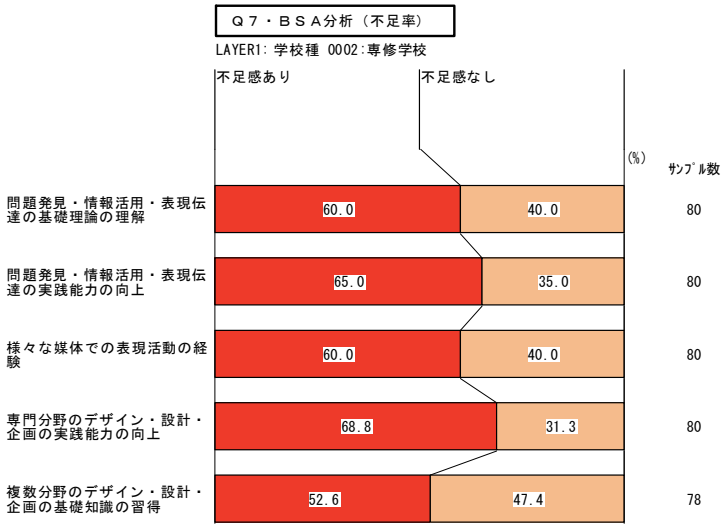


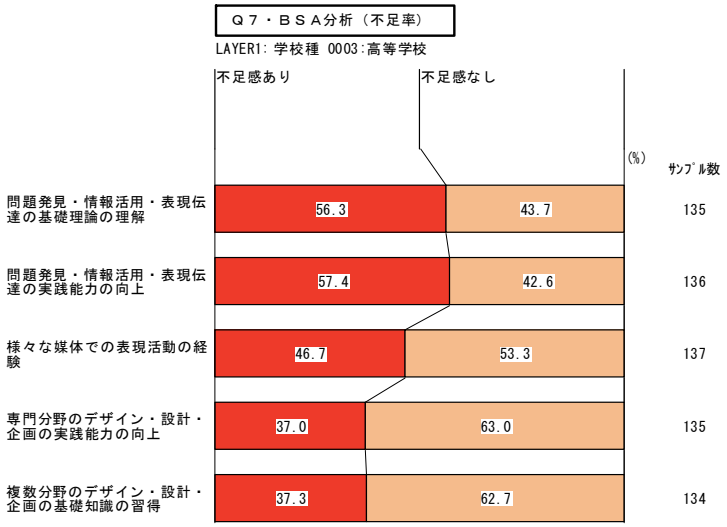


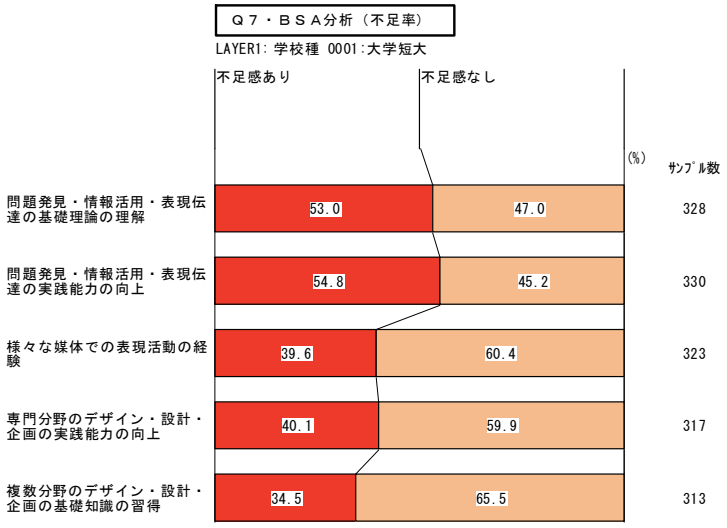


情報デザイン関連学科・科目において、重視度と達成度を比較すると、その事柄に対する不足度がわかる。専修学校においては、５つの事柄すべてに「不足感あり」が５割以上となっている。「専門分野のデザイン・設計・企画の実践能力の向上」への不足感が最も高い。

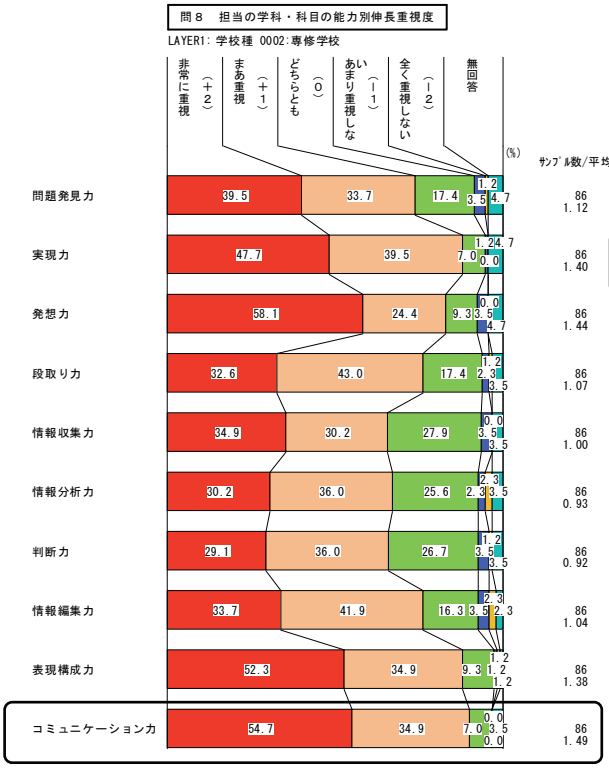
高等学校、大学短大においては、５つのうち「問題発見・情報活用・表現伝達の基礎理論の理解」、「問題発見・情報活用・表現伝達の実践能力の向上」に「不足感あり」が５割以上となっている。

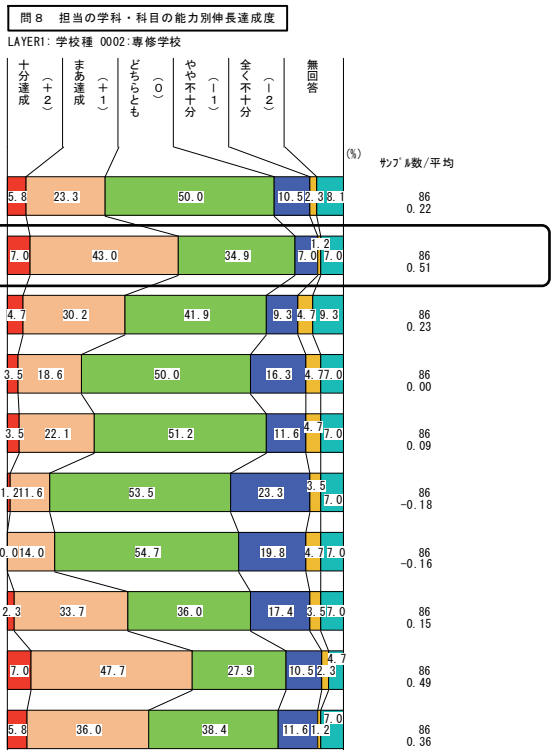


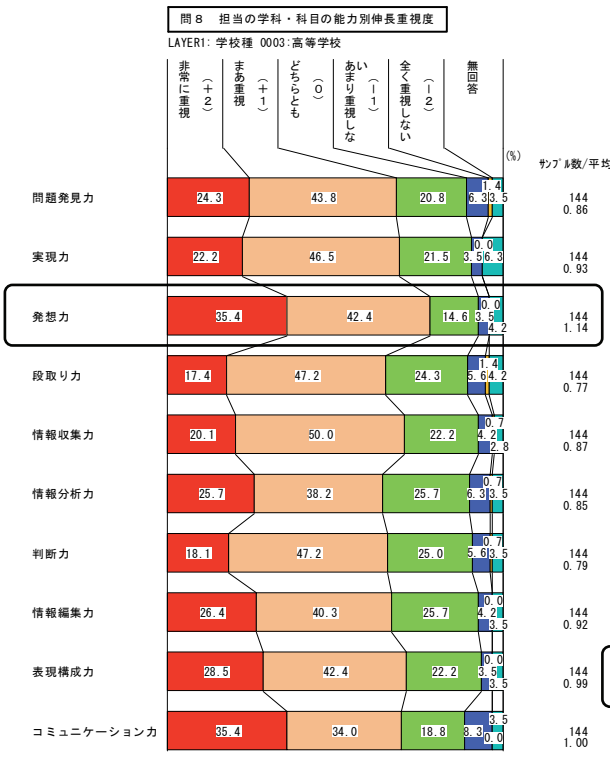


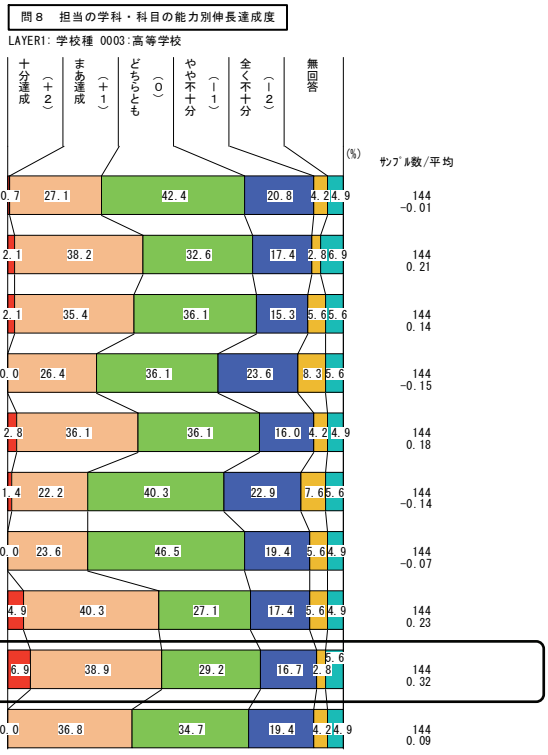


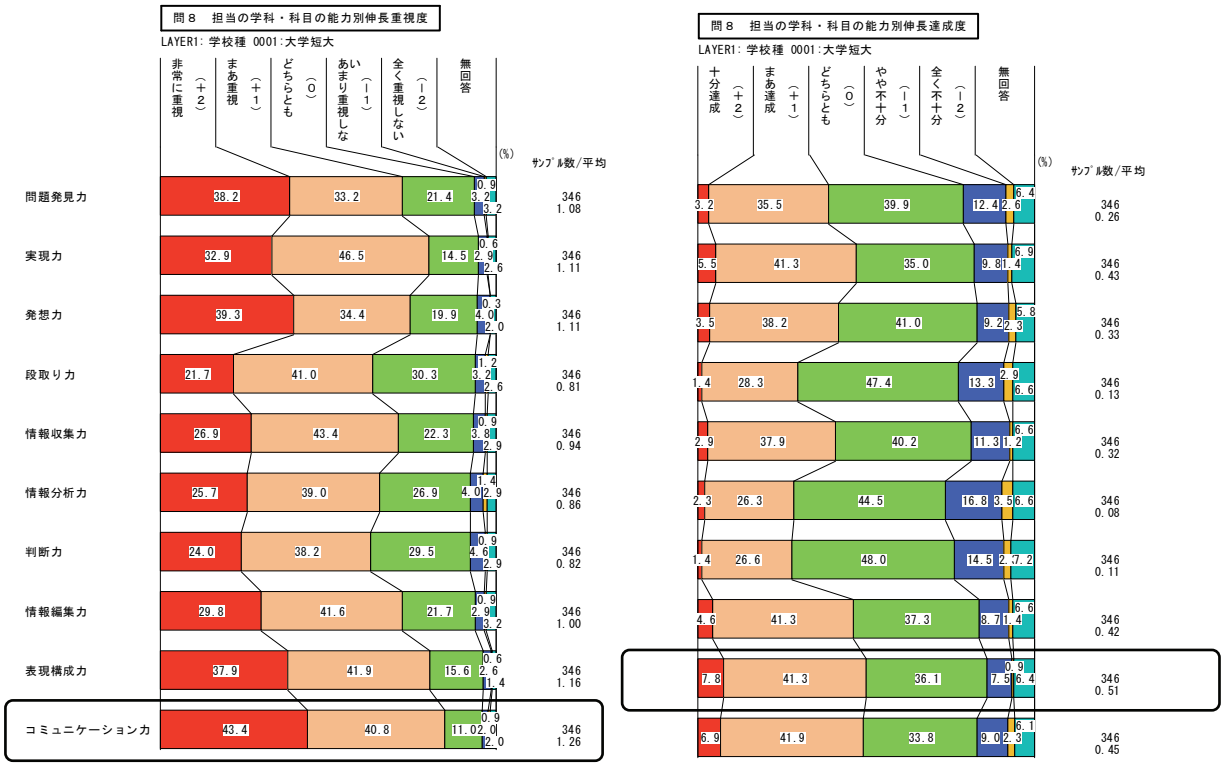
情報デザイン関連学科・科目において、伸ばすことを重視している力とその達成度をみると、専修学校、大学短大では、「コミュニケーション力」の重視度が最も高く、高等学校では「発想力」が最も高くなっている。一方、達成度では、専修学校では「実現力」、高等学校、大学短大では「表現構成力」が最も高くなっている。



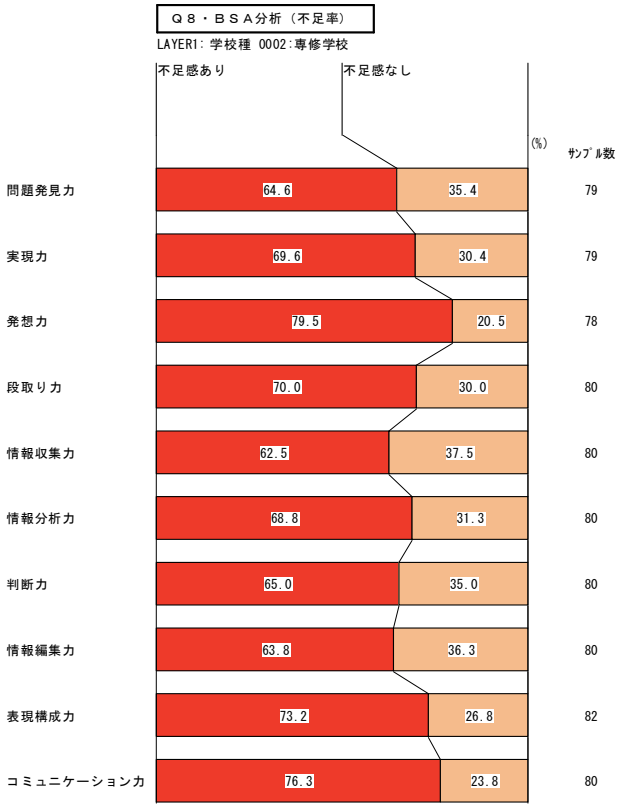


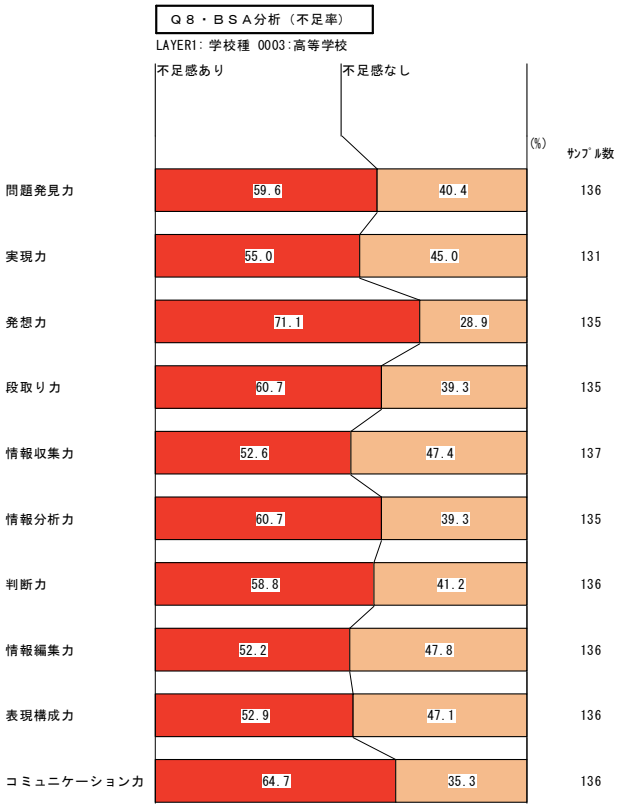


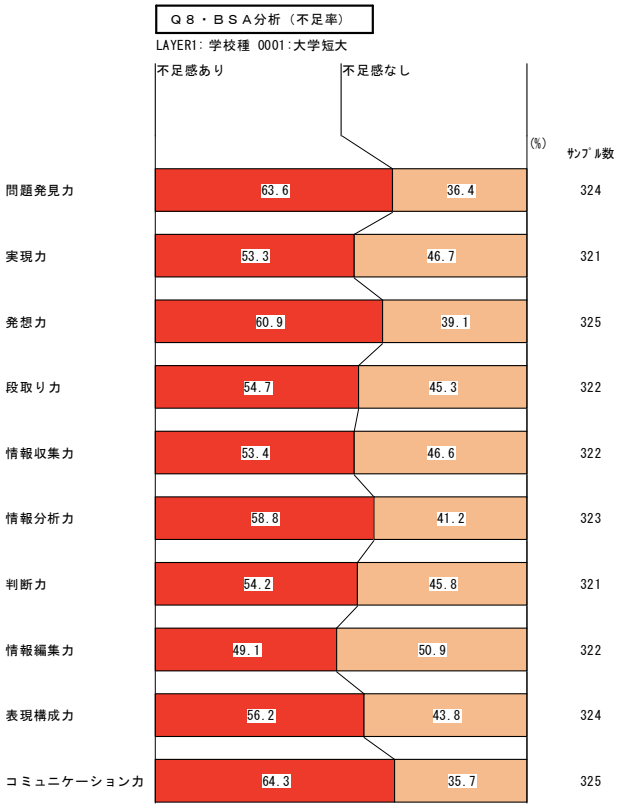




情報デザイン関連学科・科目で伸ばしたい能力に対する重視度と達成度を比較すると、その事柄に対する不足度がわかる。専修学校では「発想力」、「コミュニケーション力」、「表現構成力」への不足感が７割以上と高い。高等学校では、「発想力」への不足感が７割以上である。大学短大では、７割以上の不足感があるものはないが、「コミュニケーション力」、「問題発見力」が上位にあげられている。

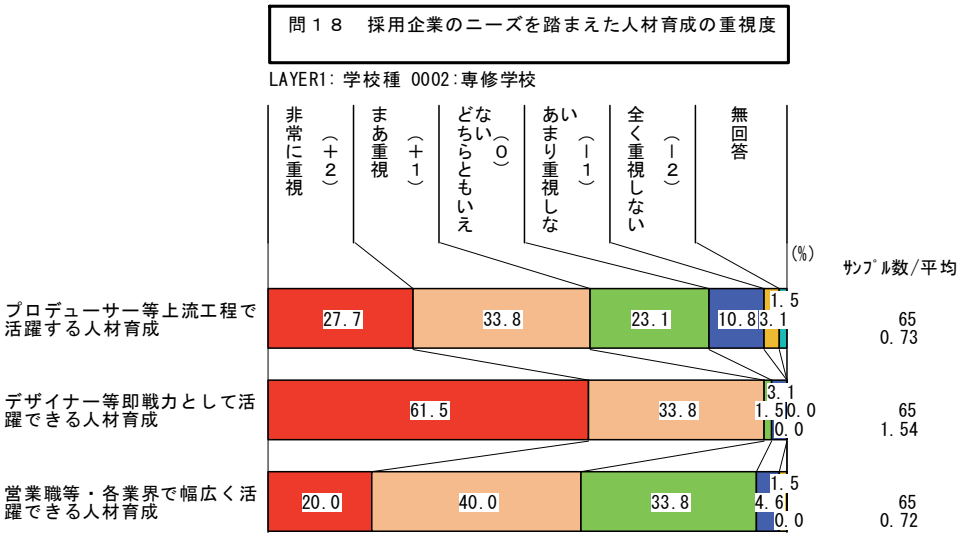


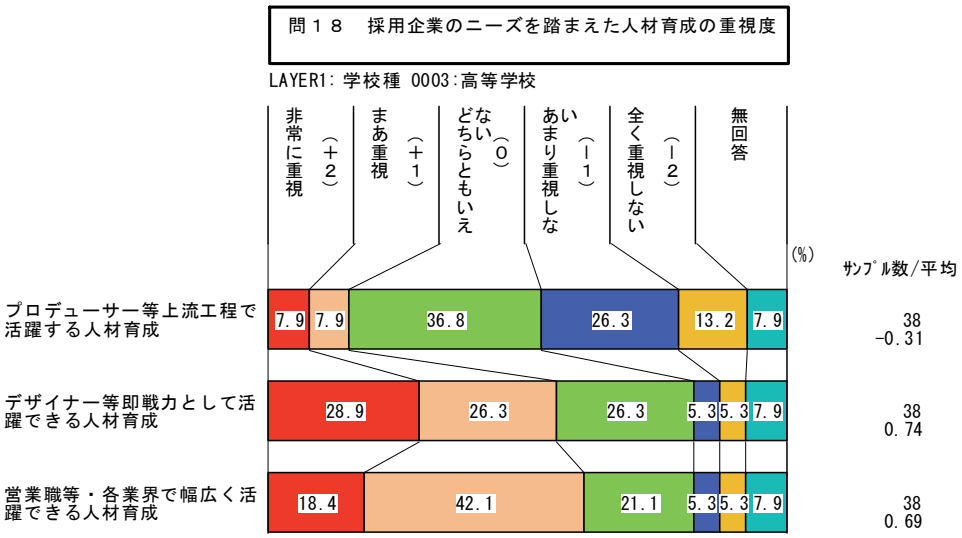

Ｑ８・ＢＳＡ分析（不足率）
LAYER1：学校種 0003:高等学校
不足感あり
不足感なし
(%)
ｻﾝﾌﾟﾙ数
問題発見力 59.6 40.4 136
実現力 55.0 45.0 131
発想力 71.1 28.9 135
段取り力 60.7 39.3 135
情報収集力 52.6 47.4 137
情報分析力 60.7 39.3 135
判断力 58.8 41.2 136
情報編集力 52.2 47.8 136
表現構成力 52.9 47.1 136
コミュニケーション力 64.7 35.3 136

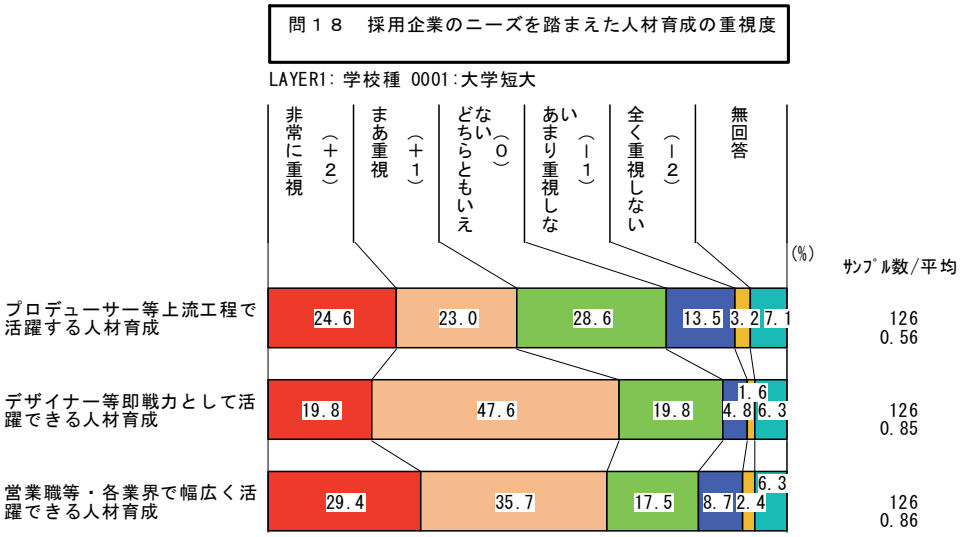

Ｑ８・ＢＳＡ分析（不足率）
LAYER1：学校種 0001:大学短大
不足感あり
不足感なし
(%)
ｻﾝﾌﾟﾙ数
問題発見力 63.6 36.4 324
実現力 53.3 46.7 321
発想力 60.9 39.1 325
段取り力 54.7 45.3 322
情報収集力 53.4 46.6 322
情報分析力 58.8 41.2 323
判断力 54.2 45.8 321
情報編集力 49.1 50.9 322
表現構成力 56.2 43.8 324
コミュニケーション力 64.3 35.7 325

（５）育成する人材像

人材を育成する上での情報デザイン教育の重視状況について、それぞれ重視度を聞いたところ、専修学校では、特に「デザイナー等即戦力として活躍できる人材育成」としての重視度が高く、「非常に重視」が６割を占めている。高等学校、大学短大においては、「デザイナー等即戦力として活躍できる人材育成」のほか、「営業職等・各業界で幅広く活躍できる人材育成」としての重視度も高くなっている。







３．　グラフィックデザイン関連学科・科目の状況

（１）グラフィックデザイン関連学科での実施科目

グラフィックデザイン関連の科目について、実施状況をまとめたものが下記の表である。実施率の網掛けは、50%以上の科目である。また、必須科目の太字は、必須率の高い上位５項目である。

共通して実施率の高い科目は、「デザインマネジメント」、「フィールドサーベイ」、「Flash」、「業界研究」などである。

専修学校では、「Flash」の実施率が最も高く、「デザインテクニック」、「キャラクターデザイン」も高い。高等学校では「業界研究」、大学短大では「デザインマネジメント」が最も実施率が高い。

	専修学校			高等学校			大学短大		
	n=65			n=38			n=126		
	必須科目	選択科目	＊実施率計	必須科目	選択科目	＊実施率計	必須科目	選択科目	＊実施率計
デザイン論	41.2	5.1	46.3	17.7	6.9	24.6	8.6	26.0	34.6
デザイン史	53.8	3.1	56.9	18.4	0.0	18.4	**17.5**	34.1	51.6
印刷概論	40.0	3.1	43.1	26.3	7.9	34.2	11.9	25.4	37.3
デザイン法規	46.2	6.2	52.4	13.2	0.0	13.2	2.4	12.7	15.1
著作権	21.5	1.5	23.0	5.3	0.0	5.3	1.6	13.5	15.1
コンピュータ基礎	41.5	7.7	49.2	28.9	2.6	31.5	5.6	31.0	36.6
デザインマネジメント	**78.5**	1.5	80.0	**55.3**	2.6	57.9	**39.7**	45.2	84.9
マネージメント	16.9	4.6	21.5	2.6	2.6	5.2	1.6	20.6	22.2
マーケティング	7.7	1.5	9.2	2.6	2.6	5.2	0.0	11.9	11.9
デッサン	32.3	3.1	35.4	10.5	21.1	31.6	0.0	29.4	29.4
ベーシックデザイン	**75.4**	3.1	78.5	**36.8**	2.6	39.4	15.9	41.3	57.2
基礎造形	60.0	1.5	61.5	28.9	2.6	31.5	**19.0**	31.0	50.0
立体造形	47.7	1.5	49.2	34.2	0.0	34.2	**23.8**	33.3	57.1
色彩	41.5	9.2	50.7	28.9	10.5	39.4	15.9	33.3	49.2
タイポグラフィ	**75.4**	4.6	80.0	**42.1**	5.3	47.4	**17.5**	49.2	66.7
写真	40.0	7.7	47.7	26.3	5.3	31.6	10.3	29.4	39.7
イラストレーション	44.6	9.2	53.8	21.1	10.5	31.6	9.5	36.5	46.0
キャラクターデザイン	**75.4**	6.2	81.6	28.9	5.3	34.2	9.5	37.3	46.8
CIデザイン	43.1	10.8	53.9	15.8	7.9	23.7	2.4	25.4	27.8
レイアウト	36.9	7.7	44.6	21.1	5.3	26.4	5.6	19.0	24.6
エディトリアルデザイン	55.4	9.2	64.6	26.3	5.3	31.6	7.9	34.9	42.8
パッケージデザイン	46.2	7.7	53.9	13.2	7.9	21.1	6.3	27.8	34.1
広告デザイン	36.9	4.6	41.5	18.4	15.8	34.2	5.6	25.4	31.0
アドバタイジング	63.1	6.2	69.3	28.9	21.1	50.0	9.5	34.9	44.4
DTP	26.2	9.2	35.4	10.5	0.0	10.5	4.8	19.0	23.8
デザインテクニック	**78.5**	7.7	86.2	23.7	13.2	36.9	10.3	38.1	48.4
企画	43.1	7.7	50.8	26.3	0.0	26.3	5.6	21.4	27.0
問題解決演習	50.8	6.2	57.0	21.1	2.6	23.7	10.3	22.2	32.5
プレゼンテーション	16.9	1.5	18.4	15.8	2.6	18.4	9.5	13.5	23.0
フィールドサーベイ	70.8	6.2	77.0	**44.7**	7.9	52.6	**21.4**	42.1	63.5
モーショングラフィックス	13.8	0.0	13.8	2.6	2.6	5.2	5.6	7.1	12.7
動画制作	23.1	7.7	30.8	2.6	2.6	5.2	4.0	25.4	29.4
WEBデザイン	38.5	15.4	53.9	21.1	15.8	36.9	5.6	46.8	52.4
Flash	**78.5**	16.9	95.4	23.7	28.9	52.6	11.1	57.1	68.2
プログラミング	67.7	13.8	81.5	15.8	21.1	36.9	4.0	54.0	58.0
3Dデザイン	26.2	7.7	33.9	28.9	13.2	42.1	11.9	38.9	50.8
CG	47.7	10.8	58.5	10.5	10.5	21.0	4.0	46.0	50.0
業界研究	67.7	3.1	70.8	**36.8**	31.6	68.4	11.1	58.7	69.8
ビジネスマナー	24.6	4.6	29.2	0.0	2.6	2.6	0.8	15.9	16.7
就職リテラシー	67.7	4.6	72.3	2.6	5.3	7.9	1.6	25.4	27.0
進級制作	64.6	1.5	66.1	0.0	0.0	0.0	1.6	31.0	32.6
卒業制作	56.9	0.0	56.9	2.6	0.0	2.6	9.5	4.0	13.5

グラフィックデザイン関連学科におけるグラフィック関連学科の実施率では、ともに「卒業制作」が高く、そのほか専修学校で、「WEB デザイン」、「イラストレーション」、「DTP」、大学短大で、「コンピュータ基礎」、「デッサン」、「基礎造形」が上位にあげられている。

専修学校と大学短大の実施率を比較したところ（実施率の差）、専修学校で「ビジネスマナー」、「進級制作」、「印刷概論」などが特に高く、大学短大では「基礎造形」が高くなっている。

	専修学校			大学短大			実施率の差
	グラフィック n=33			グラフィック n=36			グラフィック
	必須科目	選択科目	＊実施率計	必須科目	選択科目	＊実施率計	
デザイン論	63.6	0.0	63.6	**25.0**	41.7	66.7	−3.1
デザイン史	48.5	6.1	54.6	8.3	44.4	52.7	1.9
印刷概論	54.5	9.1	63.6	0.0	16.7	16.7	46.9
デザイン法規	18.2	3.0	21.2	0.0	8.3	8.3	12.9
著作権	30.3	9.1	39.4	0.0	13.9	13.9	25.5
コンピュータ基礎	**78.8**	0.0	78.8	**25.0**	58.3	83.3	−4.5
デザインマネジメント	12.1	6.1	18.2	2.8	19.4	22.2	−4.0
マネージメント	6.1	0.0	6.1	0.0	8.3	8.3	−2.2
マーケティング	36.4	3.0	39.4	0.0	33.3	33.3	6.1
デッサン	**81.8**	3.0	84.8	22.2	55.6	77.8	7.0
ベーシックデザイン	66.7	3.0	69.7	**30.6**	41.7	72.3	−2.6
基礎造形	63.6	0.0	63.6	**36.1**	41.7	77.8	**−14.2**
立体造形	57.6	9.1	66.7	**25.0**	36.1	61.1	5.6
色彩	**78.8**	6.1	84.9	16.7	61.1	77.8	7.1
タイポグラフィ	51.5	6.1	57.6	11.1	44.4	55.5	2.1
写真	54.5	12.1	66.6	8.3	44.4	52.7	13.9
イラストレーション	**81.8**	6.1	87.9	11.1	38.9	50.0	37.9
キャラクターデザイン	39.4	15.2	54.6	5.6	27.8	33.4	21.2
CIデザイン	48.5	9.1	57.6	8.3	27.8	36.1	21.5
レイアウト	57.6	15.2	72.8	8.3	36.1	44.4	28.4
エディトリアルデザイン	60.6	9.1	69.7	5.6	38.9	44.5	25.2
パッケージデザイン	39.4	9.1	48.5	13.9	38.9	52.8	−4.3
広告デザイン	72.7	9.1	81.8	11.1	50.0	61.1	20.7
アドバタイジング	33.3	9.1	42.4	5.6	30.6	36.2	6.2
DTP	**78.8**	9.1	87.9	8.3	50.0	58.3	29.6
デザインテクニック	45.5	12.1	57.6	8.3	22.2	30.5	27.1
企画	51.5	3.0	54.5	5.6	22.2	27.8	26.7
問題解決演習	12.1	0.0	12.1	2.8	11.1	13.9	−1.8
プレゼンテーション	69.7	6.1	75.8	11.1	33.3	44.4	31.4
フィールドサーベイ	18.2	0.0	18.2	2.8	8.3	11.1	7.1
モーショングラフィックス	21.2	9.1	30.3	5.6	25.0	30.6	−0.3
動画制作	33.3	15.2	48.5	2.8	30.6	33.4	15.1
WEBデザイン	66.7	27.3	94.0	2.8	55.6	58.4	35.6
Flash	51.5	24.2	75.7	2.8	44.4	47.2	28.5
プログラミング	15.2	9.1	24.3	0.0	27.8	27.8	−3.5
3Dデザイン	39.4	15.2	54.6	2.8	47.2	50.0	4.6
CG	66.7	3.0	69.7	11.1	61.1	72.2	−2.5
業界研究	21.2	3.0	24.2	0.0	5.6	5.6	18.6
ビジネスマナー	69.7	6.1	75.8	2.8	13.9	16.7	59.1
就職リテラシー	60.6	0.0	60.6	0.0	19.4	19.4	41.2
進級制作	72.7	0.0	72.7	13.9	0.0	13.9	58.8
卒業制作	**93.9**	0.0	93.9	**69.4**	25.0	94.4	−0.5

※実施率の差の網掛けは、黄色は専修学校が 10 ポイント以上高いもの、青は大学短大が 10 ポイント以上高いもの。

グラフィックデザイン関連学科における CG・ＷＥＢ関連学科の実施率では、ともに「コンピュータ基礎」、「色彩」、「ＷＥＢデザイン」が高く、そのほか専修学校で、「DTP」、「Flash」、「卒業制作」、大学短大で、「プレゼンテーション」、「ＣＧ」が上位にあげられている。

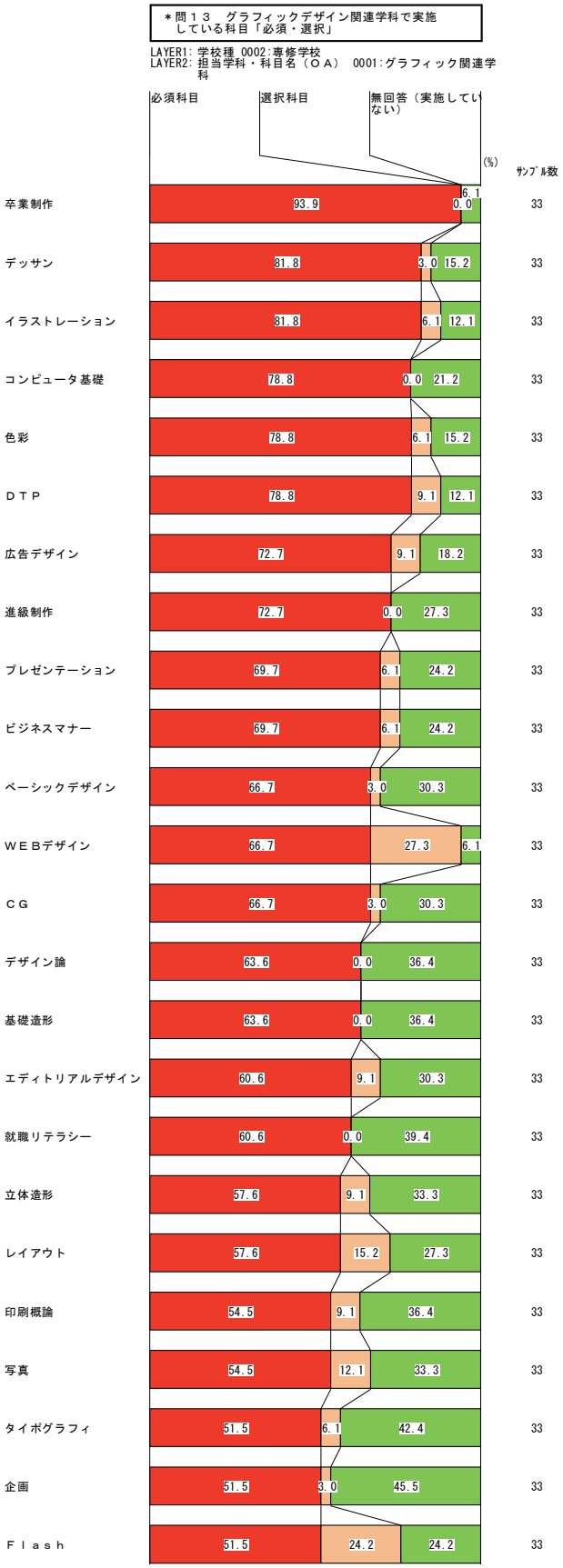
専修学校と大学短大の実施率を比較したところ（実施率の差）、専修学校で「卒業制作」、「ビジネスマナー」、「DTP」などが特に高く、大学短大では「基礎造形」、「立体造形」、「プログラミング」が高くなっている。

	専修学校			大学短大			実施率の差
	CG・WEB n=19			CG・WEB n=40			CG・WEB
	必須科目	選択科目	＊実施率計	必須科目	選択科目	＊実施率計	
デザイン論	42.1	5.3	47.4	7.5	32.5	40.0	7.4
デザイン史	31.6	0.0	31.6	7.5	12.5	20.0	11.6
印刷概論	31.6	5.3	36.9	0.0	12.5	12.5	24.4
デザイン法規	21.1	0.0	21.1	0.0	15.0	15.0	6.1
著作権	57.9	5.3	63.2	5.0	40.0	45.0	18.2
コンピュータ基礎	**78.9**	5.3	84.2	**32.5**	45.0	77.5	6.7
デザインマネジメント	10.5	5.3	15.8	0.0	22.5	22.5	−6.7
マネージメント	0.0	5.3	5.3	0.0	12.5	12.5	−7.2
マーケティング	21.1	5.3	26.4	0.0	30.0	30.0	−3.6
デッサン	**78.9**	0.0	78.9	**12.5**	45.0	57.5	21.4
ベーシックデザイン	57.9	0.0	57.9	**12.5**	25.0	37.5	20.4
基礎造形	26.3	5.3	31.6	**17.5**	32.5	50.0	**−18.4**
立体造形	21.1	5.3	26.4	10.0	32.5	42.5	**−16.1**
色彩	**89.5**	0.0	89.5	**17.5**	55.0	72.5	17.0
タイポグラフィ	26.3	5.3	31.6	5.0	30.0	35.0	−3.4
写真	36.8	0.0	36.8	5.0	32.5	37.5	−0.7
イラストレーション	68.4	10.5	78.9	2.5	47.5	50.0	28.9
キャラクターデザイン	36.8	5.3	42.1	0.0	32.5	32.5	9.6
CIデザイン	26.3	5.3	31.6	5.0	25.0	30.0	1.6
レイアウト	57.9	5.3	63.2	2.5	40.0	42.5	20.7
エディトリアルデザイン	21.1	10.5	31.6	2.5	27.5	30.0	1.6
パッケージデザイン	26.3	0.0	26.3	0.0	25.0	25.0	1.3
広告デザイン	52.6	5.3	57.9	5.0	37.5	42.5	15.4
アドバタイジング	15.8	5.3	21.1	5.0	17.5	22.5	−1.4
DTP	**78.9**	5.3	84.2	10.0	35.0	45.0	39.2
デザインテクニック	31.6	5.3	36.9	2.5	22.5	25.0	11.9
企画	47.4	15.8	63.2	5.0	22.5	27.5	35.7
問題解決演習	15.8	5.3	21.1	2.5	15.0	17.5	3.6
プレゼンテーション	68.4	10.5	78.9	**12.5**	57.5	70.0	8.9
フィールドサーベイ	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0	5.0	−5.0
モーショングラフィックス	21.1	10.5	31.6	2.5	25.0	27.5	4.1
動画制作	52.6	21.1	73.7	2.5	57.5	60.0	13.7
WEBデザイン	**94.7**	5.3	100.0	7.5	67.5	75.0	25.0
Flash	**89.5**	5.3	94.8	2.5	65.0	67.5	27.3
プログラミング	31.6	10.5	42.1	10.0	45.0	55.0	**−12.9**
3Dデザイン	63.2	10.5	73.7	2.5	57.5	60.0	13.7
CG	68.4	5.3	73.7	7.5	67.5	75.0	−1.3
業界研究	10.5	10.5	21.0	0.0	17.5	17.5	3.5
ビジネスマナー	63.2	5.3	68.5	0.0	27.5	27.5	41.0
就職リテラシー	73.7	5.3	79.0	2.5	37.5	40.0	39.0
進級制作	42.1	0.0	42.1	7.5	5.0	12.5	29.6
卒業制作	**94.7**	0.0	94.7	**27.5**	22.5	50.0	44.7

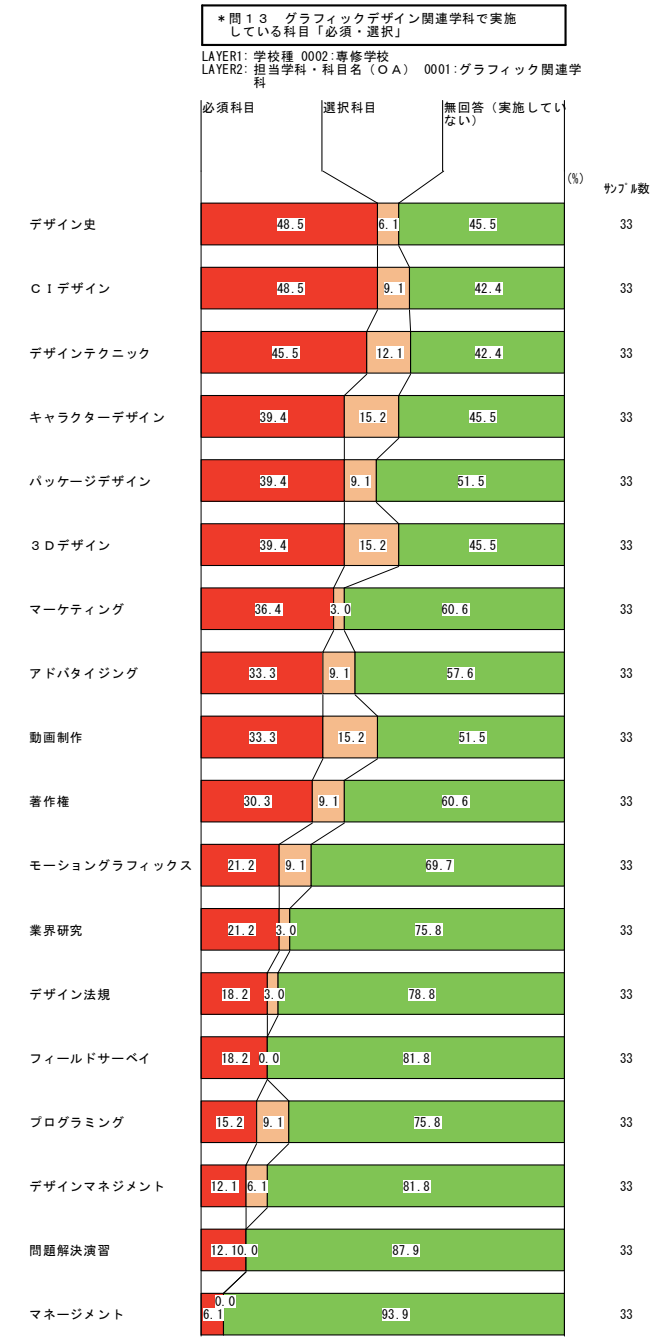
※実施率の差の網掛けは、黄色は専修学校が 10 ポイント以上高いもの、青は大学短大が 10 ポイント以上高いもの。

専修学校において、グラフィックデザイン関連学科の実施科目について、必修割合が高い順に並べると、下記の通りとなる。

＜必須割合が 50%以上の科目＞



＜必須割合が 50%未満の科目＞



グラフィックデザイン関連の科目について、講義なのか実習なのかについてまとめたものが下記の表である。網掛けはそれぞれ 50%以上のものである。

「マネージメント」については、専修学校では実習科目、大学短大では講義科目としての実施が多くなっている。

	専修学校				高等学校				大学短大			
				n=65				n=38				n=126
	N数	講義科目	実習科目	両方実施	N数	講義科目	実習科目	両方実施	N数	講義科目	実習科目	両方実施
デザイン論	37	78.4	10.8	8.1	7	71.4	14.3	0.0	65	90.8	3.1	1.5
デザイン史	28	92.9	3.6	0.0	13	76.9	15.4	0.0	47	91.5	2.1	0.0
印刷概論	34	67.6	14.7	11.8	5	60.0	20.0	0.0	19	68.4	21.1	5.3
デザイン法規	15	53.3	26.7	0.0	2	0.0	0.0	0.0	19	84.2	5.3	0.0
著作権	32	96.9	3.1	0.0	12	75.0	0.0	0.0	46	84.8	13.0	0.0
コンピュータ基礎	52	32.7	48.1	7.7	22	18.2	45.5	18.2	107	23.4	60.7	8.4
デザインマネジメント	14	57.1	28.6	7.1	2	0.0	0.0	0.0	28	75.0	10.7	10.7
マネージメント	6	16.7	66.7	16.7	2	0.0	0.0	0.0	15	80.0	13.3	0.0
マーケティング	23	73.9	13.0	4.3	12	33.3	25.0	8.3	37	86.5	13.5	0.0
デッサン	51	2.0	84.3	5.9	15	0.0	86.7	0.0	72	4.2	91.7	0.0
ベーシックデザイン	40	2.5	85.0	5.0	12	0.0	50.0	25.0	63	7.9	85.7	1.6
基礎造形	32	3.1	87.5	3.1	13	0.0	84.6	7.7	72	6.9	81.9	2.8
立体造形	33	0.0	97.0	3.0	15	0.0	80.0	6.7	62	3.2	88.7	0.0
色彩	52	28.8	42.3	21.2	18	27.8	44.4	16.7	84	53.6	26.2	10.7
タイポグラフィ	31	6.5	77.4	9.7	12	16.7	58.3	8.3	50	8.0	74.0	6.0
写真	35	5.7	74.3	14.3	12	8.3	66.7	8.3	58	6.9	74.1	10.3
イラストレーション	53	1.9	81.1	9.4	13	0.0	69.2	7.7	59	3.4	84.7	6.8
キャラクターデザイン	35	0.0	85.7	8.6	9	0.0	66.7	0.0	35	5.7	77.1	5.7
CIデザイン	29	0.0	79.3	10.3	10	0.0	90.0	0.0	31	3.2	77.4	3.2
レイアウト	42	0.0	83.3	7.1	12	8.3	66.7	8.3	54	9.3	74.1	5.6
エディトリアルデザイン	35	0.0	88.6	2.9	8	0.0	75.0	12.5	43	14.0	72.1	2.3
パッケージデザイン	27	0.0	85.2	3.7	13	7.7	76.9	7.7	39	5.1	82.1	5.1
広告デザイン	45	4.4	80.0	6.7	19	15.8	68.4	5.3	56	14.3	69.6	7.1
アドバタイジング	23	4.3	82.6	4.3	4	0.0	50.0	25.0	30	16.7	63.3	13.3
DTP	56	3.6	82.1	8.9	14	7.1	78.6	7.1	61	1.6	82.0	9.8
デザインテクニック	33	6.1	75.8	9.1	10	10.0	60.0	20.0	34	5.9	79.4	2.9
企画	37	21.6	56.8	16.2	9	11.1	77.8	0.0	41	17.1	56.1	12.2
問題解決演習	12	16.7	50.0	16.7	7	14.3	57.1	14.3	29	17.2	72.4	6.9
プレゼンテーション	50	6.0	66.0	24.0	20	0.0	90.0	0.0	80	12.5	68.8	10.0
フィールドサーベイ	9	11.1	77.8	11.1	2	0.0	100.0	0.0	16	12.5	87.5	0.0
モーショングラフィックス	20	0.0	90.0	0.0	2	0.0	100.0	0.0	37	8.1	83.8	0.0
動画制作	35	0.0	80.0	5.7	14	0.0	92.9	7.1	66	6.1	83.3	3.0
WEBデザイン	62	3.2	69.4	19.4	20	0.0	85.0	5.0	86	7.0	76.7	10.5
Flash	53	0.0	81.1	11.3	14	0.0	92.9	7.1	73	1.4	91.8	4.1
プログラミング	22	4.5	68.2	18.2	16	18.8	50.0	12.5	64	7.8	62.5	23.4
3Dデザイン	38	2.6	76.3	5.3	8	0.0	75.0	12.5	63	3.2	84.1	6.3
CG	46	4.3	78.3	6.5	26	0.0	80.8	7.7	88	6.8	75.0	9.1
業界研究	19	68.4	10.5	15.8	1	0.0	0.0	100.0	21	71.4	28.6	0.0
ビジネスマナー	47	66.0	21.3	4.3	3	33.3	33.3	0.0	34	64.7	29.4	2.9
就職リテラシー	43	67.4	11.6	9.3	－	－	－	－	41	78.0	19.5	2.4
進級制作	37	2.7	83.8	0.0	1	0.0	100.0	0.0	17	0.0	94.1	0.0
卒業制作	59	1.7	86.4	5.1	22.0	0.0	81.8	4.5	86	7.0	81.4	4.7

グラフィックデザイン関連学科におけるグラフィック関連学科では、「色彩」について、専修学校では実習科目として、大学短大では講義科目としての実施のほうが多くなっている。

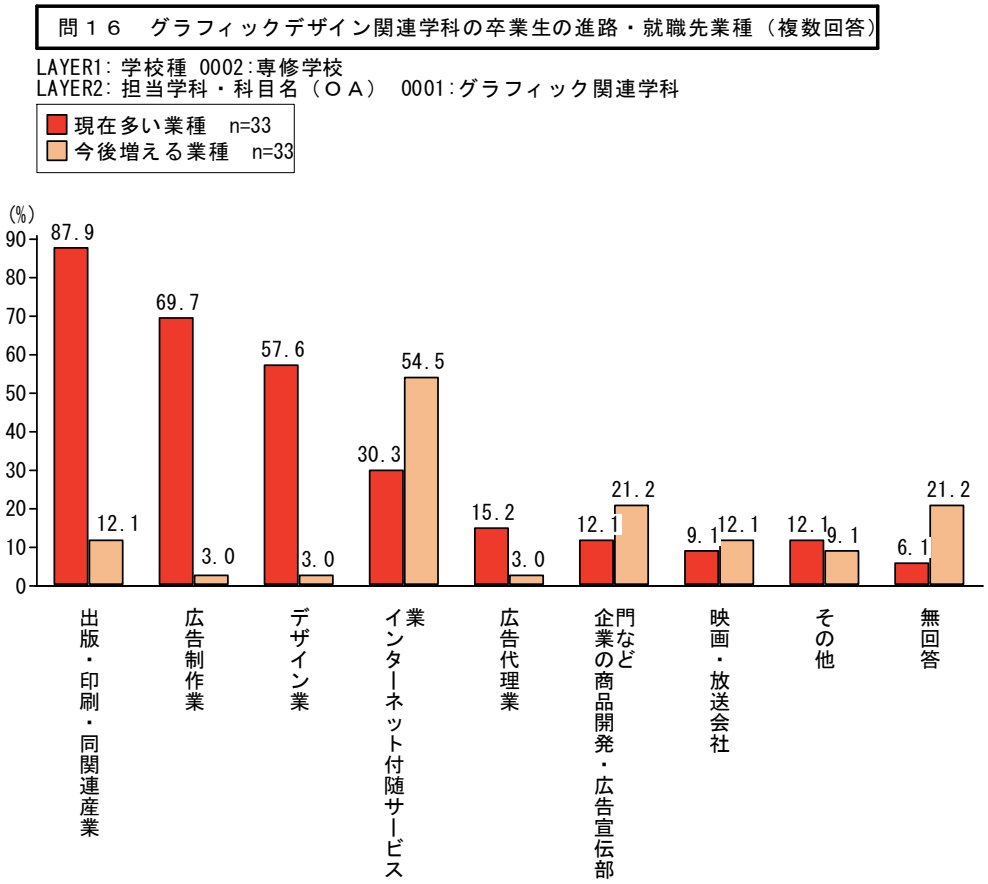
	専修学校				大学短大			
	グラフィック			n=33	グラフィック			n=36
	N数	講義科目	実習科目	両方実施	N数	講義科目	実習科目	両方実施
デザイン論	21	81.0	4.8	14.3	24	95.8	0.0	0.0
デザイン史	18	94.4	0.0	0.0	19	89.5	5.3	0.0
印刷概論	21	76.2	4.8	14.3	6	66.7	16.7	16.7
デザイン法規	7	57.1	28.6	0.0	3	66.7	0.0	0.0
著作権	13	100.0	0.0	0.0	5	100.0	0.0	0.0
コンピュータ基礎	26	19.2	69.2	3.8	30	3.3	83.3	0.0
デザインマネジメント	6	66.7	16.7	16.7	8	87.5	12.5	0.0
マネージメント	2	0.0	50.0	50.0	3	66.7	33.3	0.0
マーケティング	13	76.9	7.7	7.7	12	66.7	33.3	0.0
デッサン	28	0.0	92.9	0.0	28	3.6	92.9	0.0
ベーシックデザイン	23	0.0	91.3	0.0	26	7.7	84.6	0.0
基礎造形	21	4.8	85.7	4.8	28	10.7	82.1	0.0
立体造形	22	0.0	95.5	4.5	22	0.0	95.5	0.0
色彩	28	28.6	39.3	25.0	28	57.1	21.4	14.3
タイポグラフィ	19	0.0	84.2	15.8	20	0.0	80.0	10.0
写真	22	4.5	77.3	9.1	19	0.0	84.2	10.5
イラストレーション	29	3.4	86.2	3.4	18	0.0	83.3	11.1
キャラクターデザイン	18	0.0	94.4	0.0	12	0.0	83.3	8.3
CIデザイン	19	0.0	84.2	10.5	13	0.0	76.9	7.7
レイアウト	24	0.0	87.5	4.2	16	0.0	81.3	6.3
エディトリアルデザイン	23	0.0	91.3	0.0	16	0.0	81.3	6.3
パッケージデザイン	16	0.0	87.5	0.0	19	0.0	78.9	10.5
広告デザイン	27	7.4	81.5	3.7	22	9.1	68.2	13.6
アドバタイジング	14	7.1	85.7	0.0	13	15.4	61.5	15.4
DTP	29	6.9	89.7	0.0	21	0.0	90.5	4.8
デザインテクニック	19	5.3	78.9	5.3	11	0.0	72.7	9.1
企画	18	27.8	66.7	5.6	10	20.0	30.0	20.0
問題解決演習	4	25.0	50.0	0.0	5	0.0	60.0	20.0
プレゼンテーション	25	8.0	72.0	20.0	16	6.3	75.0	6.3
フィールドサーベイ	6	16.7	66.7	16.7	4	0.0	100.0	0.0
モーショングラフィックス	10	0.0	90.0	0.0	11	9.1	81.8	0.0
動画制作	16	0.0	87.5	0.0	12	0.0	91.7	0.0
WEBデザイン	31	0.0	80.6	12.9	21	0.0	85.7	9.5
Flash	25	0.0	96.0	0.0	17	0.0	94.1	0.0
プログラミング	8	0.0	100.0	0.0	10	0.0	90.0	10.0
3Dデザイン	18	0.0	83.3	0.0	18	0.0	94.4	0.0
CG	23	0.0	87.0	4.3	26	3.8	88.5	0.0
業界研究	8	75.0	12.5	12.5	2	100.0	0.0	0.0
ビジネスマナー	25	68.0	24.0	0.0	6	66.7	16.7	16.7
就職リテラシー	20	75.0	15.0	0.0	7	85.7	0.0	14.3
進級制作	24	0.0	87.5	0.0	5	0.0	80.0	0.0
卒業制作	31	0.0	90.3	3.2	34	0.0	91.2	2.9

グラフィックデザイン関連学科における CG・ＷＥＢ関連学科では、専修学校と大学短大で講義科目か実習科目かについて大きな差はみられない。

	専修学校				大学短大			
	CG･WEB			n=19	CG･WEB			n=40
	N数	講義科目	実習科目	両方実施	N数	講義科目	実習科目	両方実施
デザイン論	9	88.9	11.1	0.0	16	87.5	0.0	0.0
デザイン史	6	100.0	0.0	0.0	8	75.0	0.0	0.0
印刷概論	7	71.4	14.3	14.3	5	80.0	0.0	0.0
デザイン法規	4	50.0	0.0	0.0	6	83.3	0.0	0.0
著作権	12	100.0	0.0	0.0	18	83.3	11.1	0.0
コンピュータ基礎	16	50.0	25.0	18.8	31	32.3	48.4	9.7
デザインマネジメント	3	66.7	33.3	0.0	9	77.8	0.0	11.1
マネージメント	1	0.0	100.0	0.0	5	80.0	20.0	0.0
マーケティング	5	100.0	0.0	0.0	12	91.7	8.3	0.0
デッサン	15	6.7	73.3	13.3	23	4.3	87.0	0.0
ベーシックデザイン	11	0.0	72.7	18.2	15	6.7	80.0	6.7
基礎造形	6	0.0	100.0	0.0	20	5.0	75.0	5.0
立体造形	5	0.0	100.0	0.0	17	0.0	82.4	0.0
色彩	17	41.2	35.3	17.6	29	55.2	24.1	3.4
タイポグラフィ	6	16.7	66.7	0.0	14	7.1	64.3	7.1
写真	7	14.3	57.1	28.6	15	6.7	60.0	13.3
イラストレーション	15	0.0	73.3	20.0	20	0.0	85.0	5.0
キャラクターデザイン	8	0.0	87.5	12.5	13	7.7	69.2	0.0
CIデザイン	6	0.0	66.7	16.7	12	8.3	75.0	0.0
レイアウト	12	0.0	75.0	16.7	17	5.9	64.7	11.8
エディトリアルデザイン	6	0.0	83.3	16.7	12	8.3	75.0	0.0
パッケージデザイン	5	0.0	80.0	20.0	10	10.0	80.0	0.0
広告デザイン	11	0.0	81.8	9.1	17	17.6	58.8	5.9
アドバタイジング	4	0.0	75.0	25.0	9	11.1	66.7	11.1
DTP	16	0.0	68.8	25.0	18	5.6	83.3	5.6
デザインテクニック	7	0.0	71.4	28.6	10	0.0	80.0	0.0
企画	12	16.7	41.7	33.3	11	0.0	54.5	27.3
問題解決演習	4	0.0	50.0	50.0	7	14.3	71.4	14.3
プレゼンテーション	15	0.0	66.7	26.7	28	14.3	53.6	17.9
フィールドサーベイ	0	－	－	－	2	50.0	50.0	0.0
モーショングラフィックス	6	0.0	100.0	0.0	11	9.1	72.7	0.0
動画制作	14	0.0	71.4	14.3	24	8.3	66.7	8.3
WEBデザイン	19	5.3	52.6	31.6	30	13.3	66.7	10.0
Flash	18	0.0	66.7	22.2	27	3.7	88.9	3.7
プログラミング	8	12.5	37.5	25.0	22	13.6	50.0	22.7
3Dデザイン	14	7.1	64.3	14.3	24	8.3	75.0	4.2
CG	14	14.3	64.3	14.3	30	10.0	63.3	10.0
業界研究	4	75.0	0.0	25.0	7	85.7	14.3	0.0
ビジネスマナー	13	69.2	15.4	7.7	11	90.9	9.1	0.0
就職リテラシー	15	60.0	6.7	20.0	16	81.3	18.8	0.0
進級制作	8	0.0	87.5	0.0	5	0.0	100.0	0.0
卒業制作	18	0.0	88.9	5.6	20	10.0	80.0	0.0

（２）実施科目と送出業種・職種との関連

グラフィックデザイン関連学科における専修学校のグラフィック関連学科の卒業生の進路･就職先について、現在多い業種をみると、「出版・印刷・同関連産業」、「広告制作業」、「デザイン業」が高い。また、今後増える業種については、「インターネット付随サービス業」が最も高く、次いで「企業の商品開発・広告宣伝部門など」が高い。



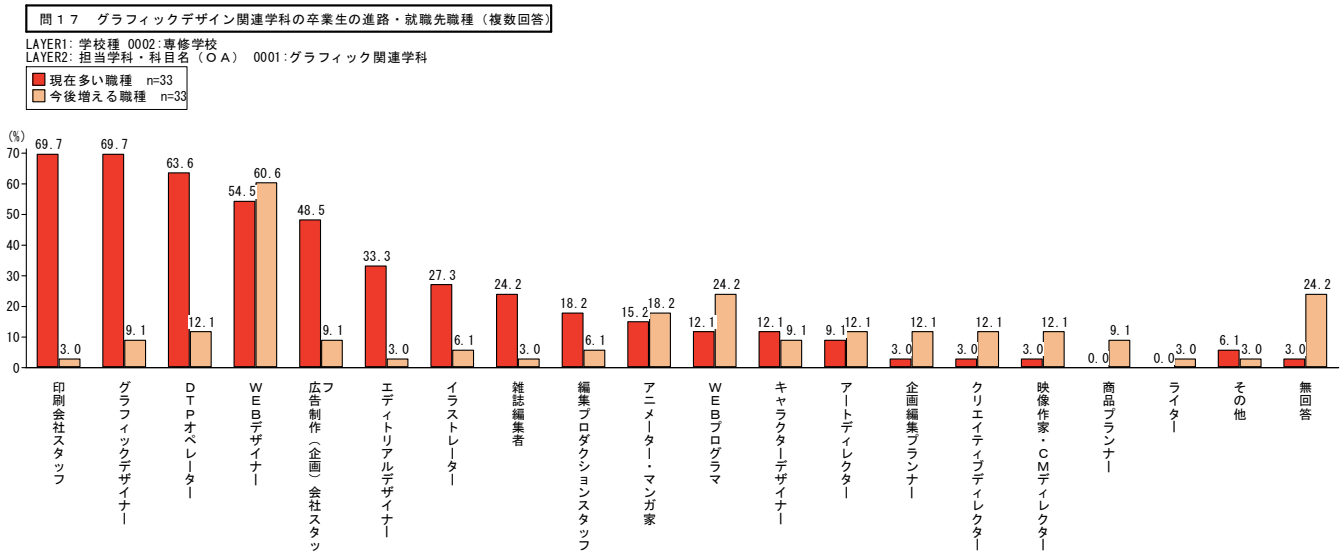
グラフィックデザイン関連学科における専修学校のグラフィック関連学科の卒業生の進路・就職先として現在多い業種と、グラフィックデザイン関連の実施科目をクロスすると、たとえば、広告代理業では「エディトリアルデザイン」、「印刷概論」などの実施率が高い、インターネット付随サービス業では、「立体造形」、「著作権」、「モーショングラフィックス」などの実施率が高いといったことがわかる。

	問16　グラフィックデザイン関連学科の卒業生の進路・就職先業種（複数回答）　現在多い業種	n	42 卒業制作	10 デッサン	17 イラストレーション	6 コンピュータ基礎	14 色彩	25 DTP	23 広告デザイン	41 進級制作	29 プレゼンテーション	39 ビジネスマナー	11 ベーシックデザイン	33 WEBデザイン	37 CG	1 デザイン論	12 基礎造形	21 エディトリアルデザイン	40 就職リテラシー	13 立体造形	20 レイアウト	3 印刷概論	16 写真	15 タイポグラフィ	27 企画	34 Flash
0	TOTAL	33	93.9	81.8	81.8	78.8	78.8	78.8	72.7	72.7	69.7	69.7	66.7	66.7	66.7	63.6	63.6	60.6	60.6	57.6	57.6	54.5	54.5	51.5	51.5	51.5
3	出版・印刷・同関連産業	29	96.6	86.2	79.3	82.8	82.8	79.3	79.3	75.9	69.0	69.0	69.0	69.0	62.1	62.1	65.5	65.5	62.1	58.6	58.6	58.6	51.7	55.2	51.7	55.2
2	広告制作業	23	100.0	95.7	78.3	78.3	87.0	87.0	82.6	82.6	73.9	65.2	82.6	69.6	56.5	73.9	69.6	73.9	60.9	60.9	60.9	69.6	60.9	69.6	52.2	47.8
1	デザイン業	19	100.0	89.5	78.9	84.2	89.5	84.2	73.7	94.7	57.9	63.2	78.9	52.6	57.9	73.7	78.9	73.7	57.9	63.2	52.6	52.6	52.6	57.9	47.4	36.8
5	インターネット付随サービス業	10	100.0	80.0	70.0	80.0	80.0	70.0	80.0	60.0	70.0	70.0	40.0	70.0	70.0	50.0	70.0	50.0	70.0	90.0	70.0	50.0	40.0	50.0	60.0	80.0
4	広告代理業	5	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	80.0	100.0	80.0	40.0	100.0	60.0	60.0	80.0	80.0	100.0	40.0	80.0	60.0	100.0	100.0	100.0	80.0	20.0
7	企業の商品開発・広告宣伝部門など	4	100.0	75.0	75.0	50.0	75.0	50.0	75.0	75.0	75.0	100.0	100.0	50.0	50.0	100.0	75.0	75.0	75.0	75.0	50.0	50.0	50.0	100.0	75.0	50.0
8	その他	4	75.0	50.0	100.0	75.0	75.0	100.0	50.0	50.0	50.0	75.0	50.0	50.0	75.0	75.0	75.0	50.0	75.0	50.0	25.0	50.0	50.0	50.0	50.0	25.0

	問16　グラフィックデザイン関連学科の卒業生の進路・就職先業種（複数回答）　現在多い業種	n	2 デザイン史	19 CIデザイン	26 デザインテクニック	18 キャラクターデザイン	22 パッケージデザイン	36 3Dデザイン	9 マーケティング	24 アドバタイジング	32 動画制作	5 著作権	31 モーショングラフィックス	38 業界研究	4 デザイン法規	30 フィールドサーベイ	35 プログラミング	7 デザインマネジメント	28 問題解決演習	8 マネージメント
0	TOTAL	33	48.5	48.5	45.5	39.4	39.4	39.4	36.4	33.3	33.3	30.3	21.2	21.2	18.2	18.2	15.2	12.1	12.1	6.1
2	広告制作業	23	65.2	56.5	52.2	34.8	52.2	34.8	39.1	47.8	21.7	26.1	13.0	30.4	13.0	26.1	8.7	17.4	13.0	8.7
3	出版・印刷・同関連産業	29	55.2	48.3	41.4	34.5	41.4	37.9	41.4	34.5	31.0	31.0	20.7	24.1	17.2	17.2	10.3	13.8	13.8	6.9
1	デザイン業	19	52.6	47.4	36.8	42.1	42.1	31.6	47.4	42.1	31.6	21.1	21.1	31.6	10.5	26.3	10.5	10.5	15.8	5.3
4	広告代理業	5	40.0	60.0	60.0	60.0	60.0	20.0	20.0	60.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0	0.0
5	インターネット付随サービス業	10	50.0	40.0	30.0	30.0	30.0	40.0	40.0	20.0	50.0	60.0	50.0	10.0	20.0	10.0	20.0	10.0	0.0	10.0
7	企業の商品開発・広告宣伝部門など	4	75.0	50.0	50.0	25.0	75.0	75.0	100.0	25.0	75.0	50.0	50.0	75.0	25.0	50.0	50.0	25.0	0.0	25.0
6	映画・放送会社	3	66.7	100.0	66.7	33.3	66.7	100.0	100.0	33.3	66.7	100.0	100.0	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3

グラフィックデザイン関連学科における専修学校のグラフィック関連学科の卒業生の進路・就職先について、現在多い職種をみると、「印刷会社スタッフ」、「グラフィックデザイナー」、「DTP オペレーター」、が上位となっている。

今後増える業種については、「ＷＥＢデザイナー」が６割と最も高く、次いで、「ＷＥＢプログラマ」が高くなっている。



グラフィックデザイン関連学科における専修学校のグラフィック関連学科の卒業生の進路・就職先として現在多い職種と、グラフィックデザイン関連の実施科目をクロスすると、たとえば、ＷＥＢデザイナーではＷＥＢデザインの実施率が高い、広告制作（企画）会社スタッフでは、「デッサン」、「広告デザイン」、「ベーシックデザイン」などの実施率が高いといったことがわかる。

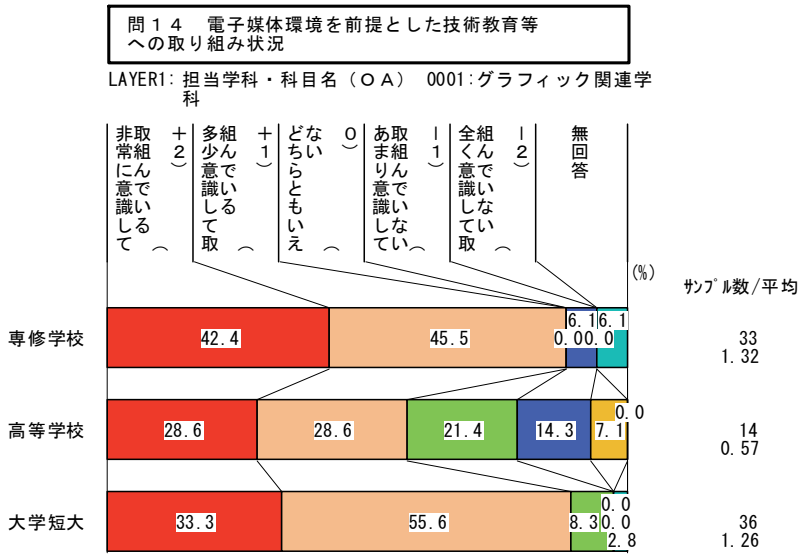
問１７　グラフィックデザイン関連学科の卒業生の進路・就職先職種（複数回答）　現在多い職種		n	42 卒業制作	10 デッサン	17 イラストレーション	6 コンピュータ基礎	14 色彩	25 ＤＴＰ	23 広告デザイン	41 進級制作	29 プレゼンテーション	39 ビジネスマナー	11 ベーシックデザイン	33 ＷＥＢデザイン	37 ＣＧ	1 デザイン論	12 基礎造形	21 エディトリアルデザイン	40 就職リテラシー	13 立体造形	20 レイアウト	3 印刷概論	16 写真	15 タイポグラフィ	27 企画	34 Ｆｌａｓｈ
0	ＴＯＴＡＬ	33	93.9	81.8	81.8	78.8	78.8	78.8	72.7	72.7	69.7	69.7	66.7	66.7	66.7	63.6	63.6	60.6	60.6	57.6	57.6	54.5	54.5	51.5	51.5	51.5
7	印刷会社スタッフ	23	95.7	91.3	78.3	87.0	78.3	82.6	91.3	73.9	73.9	69.6	73.9	73.9	65.2	69.6	69.6	78.3	69.6	56.5	69.6	69.6	56.5	65.2	60.9	60.9
9	グラフィックデザイナー	23	100.0	91.3	82.6	82.6	91.3	78.3	78.3	87.0	65.2	65.2	82.6	65.2	65.2	65.2	69.6	69.6	56.5	65.2	56.5	60.9	56.5	60.9	47.8	43.5
13	ＤＴＰオペレーター	21	100.0	95.2	81.0	85.7	81.0	81.0	85.7	81.0	66.7	61.9	76.2	76.2	61.9	61.9	57.1	76.2	71.4	47.6	66.7	61.9	57.1	61.9	52.4	61.9
11	ＷＥＢデザイナー	18	100.0	83.3	88.9	83.3	83.3	77.8	88.9	66.7	66.7	72.2	66.7	88.9	72.2	50.0	55.6	61.1	61.1	55.6	66.7	61.1	61.1	55.6	55.6	77.8
5	広告制作（企画）会社スタッフ	16	100.0	100.0	87.5	87.5	87.5	87.5	93.8	93.8	62.5	68.8	93.8	68.8	62.5	81.3	68.8	87.5	62.5	56.3	68.8	81.3	81.3	81.3	62.5	43.8
10	エディトリアルデザイナー	11	100.0	100.0	72.7	81.8	81.8	90.9	90.9	100.0	54.5	63.6	81.8	45.5	63.6	81.8	72.7	81.8	54.5	72.7	54.5	63.6	63.6	72.7	45.5	27.3
15	イラストレーター	9	100.0	88.9	66.7	77.8	77.8	66.7	66.7	100.0	44.4	66.7	88.9	44.4	66.7	77.8	77.8	66.7	55.6	55.6	44.4	44.4	44.4	66.7	44.4	11.1
8	雑誌編集者	8	100.0	100.0	87.5	87.5	87.5	87.5	87.5	100.0	62.5	50.0	87.5	62.5	50.0	87.5	75.0	87.5	37.5	62.5	62.5	75.0	75.0	75.0	75.0	37.5
6	編集プロダクションスタッフ	6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	50.0	66.7	100.0	66.7	66.7	83.3	83.3	100.0	50.0	66.7	83.3	83.3	100.0	83.3	66.7	50.0
18	アニメーター・マンガ家	5	100.0	100.0	80.0	80.0	60.0	80.0	100.0	100.0	40.0	60.0	100.0	60.0	80.0	80.0	80.0	80.0	40.0	40.0	60.0	40.0	60.0	60.0	40.0	20.0
12	ＷＥＢプログラマ	4	100.0	50.0	100.0	75.0	50.0	75.0	50.0	25.0	75.0	50.0	50.0	75.0	75.0	25.0	25.0	50.0	50.0	50.0	25.0	50.0	75.0	75.0	25.0	50.0
16	キャラクターデザイナー	4	100.0	75.0	75.0	75.0	100.0	75.0	75.0	100.0	100.0	50.0	100.0	25.0	75.0	100.0	100.0	75.0	50.0	100.0	75.0	75.0	75.0	100.0	100.0	25.0
3	アートディレクター	3	100.0	100.0	66.7	66.7	33.3	66.7	100.0	100.0	0.0	66.7	100.0	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0
1	企画編集プランナー	1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
4	クリエイティブディレクター	1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
17	映像作家・ＣＭディレクター	1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

問１７　グラフィックデザイン関連学科の卒業生の進路・就職先職種（複数回答）　現在多い職種		n	2 デザイン史	19 ＣＩデザイン	26 デザインテクニック	18 キャラクターデザイン	22 パッケージデザイン	36 ３Ｄデザイン	9 マーケティング	24 アドバタイジング	32 動画制作	5 著作権	31 モーショングラフィックス	38 業界研究	4 デザイン法規	30 フィールドサーベイ	35 プログラミング	7 デザインマネジメント	28 問題解決演習	8 マネージメント
0	ＴＯＴＡＬ	33	48.5	48.5	45.5	39.4	39.4	39.4	36.4	33.3	33.3	30.3	21.2	21.2	18.2	18.2	15.2	12.1	12.1	6.1
7	印刷会社スタッフ	23	56.5	65.2	56.5	34.8	56.5	43.5	39.1	47.8	26.1	30.4	17.4	26.1	17.4	21.7	13.0	17.4	17.4	8.7
9	グラフィックデザイナー	23	60.9	56.5	47.8	43.5	52.2	34.8	39.1	43.5	34.8	21.7	17.4	26.1	17.4	26.1	8.7	17.4	17.4	8.7
13	ＤＴＰオペレーター	21	57.1	52.4	47.6	33.3	52.4	47.6	33.3	38.1	28.6	33.3	19.0	19.0	19.0	14.3	9.5	9.5	14.3	4.8
11	ＷＥＢデザイナー	18	55.6	61.1	44.4	38.9	44.4	55.6	27.8	38.9	44.4	38.9	33.3	16.7	22.2	11.1	16.7	16.7	11.1	11.1
5	広告制作（企画）会社スタッフ	16	62.5	68.8	68.8	37.5	68.8	43.8	43.8	62.5	31.3	31.3	18.8	37.5	18.8	31.3	12.5	25.0	18.8	12.5
10	エディトリアルデザイナー	11	72.7	54.5	45.5	36.4	45.5	36.4	45.5	54.5	36.4	27.3	18.2	27.3	9.1	27.3	18.2	18.2	18.2	9.1
8	雑誌編集者	8	37.5	75.0	50.0	37.5	50.0	25.0	25.0	50.0	12.5	25.0	25.0	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	25.0	0.0
15	イラストレーター	9	44.4	33.3	33.3	44.4	33.3	33.3	55.6	33.3	44.4	11.1	11.1	33.3	0.0	22.2	11.1	11.1	33.3	0.0
16	キャラクターデザイナー	4	50.0	75.0	75.0	75.0	25.0	25.0	50.0	75.0	25.0	25.0	25.0	50.0	0.0	75.0	0.0	25.0	50.0	0.0
6	編集プロダクションスタッフ	6	83.3	66.7	83.3	50.0	50.0	50.0	50.0	83.3	50.0	50.0	33.3	50.0	16.7	33.3	16.7	33.3	33.3	16.7
12	ＷＥＢプログラマ	4	25.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
18	アニメーター・マンガ家	5	60.0	60.0	60.0	40.0	40.0	60.0	60.0	60.0	60.0	20.0	20.0	40.0	0.0	20.0	20.0	20.0	40.0	0.0
1	企画編集プランナー	1	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
17	映像作家・ＣＭディレクター	1	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
3	アートディレクター	3	33.3	33.3	33.3	0.0	66.7	66.7	66.7	33.3	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
4	クリエイティブディレクター	1	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

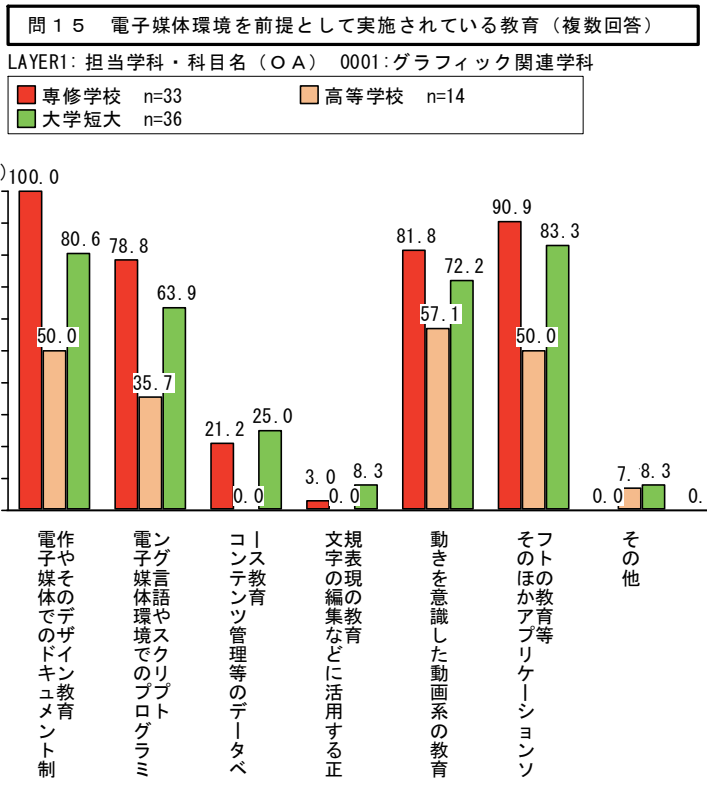
（３）電子媒体環境下の技術教育状況

グラフィックデザイン教育において、紙媒体だけでなく、電子媒体も含めたコンテンツの制作手法など、電子媒体環境を前提とした技術教育等への取組状況を聞いた。

グラフィックデザイン関連学科において、専修学校、大学短大で取組割合（「非常に意識して取組んでいる」、「多少意識して取組んでいる」の合計）は高く、専修学校では、「非常に意識して取り組んでいる」が４割を超えている。



グラフィックデザイン教育において、電子媒体環境を前提とした技術教育等として行われていることとしては、「電子媒体でのドキュメント制作やそのデザイン教育」、「動きを意識した動画系の教育」、「そのほかアプリケーションソフトの教育等」で実施割合が高く、専修学校においては８割以上、大学短大においては７～８割、高等学校においては５割程度となっている。

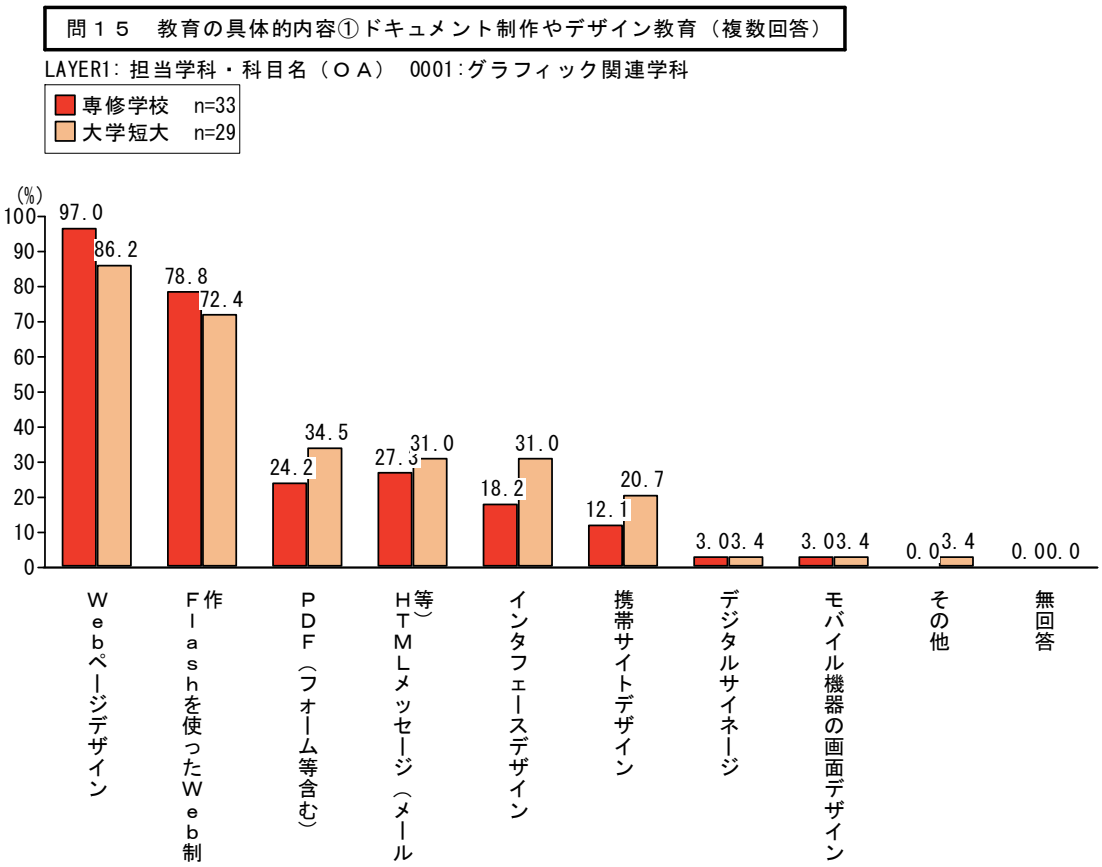


表頭:問15　電子媒体環境を前提として実施されている教育(複数回答)

N数	TOTAL	専修学校	高等学校	大学短大
TOTAL	83	33	14	36
電子媒体でのドキュメント制作やそのデザイン教育	69	33	7	29
電子媒体環境でのプログラミング言語やスクリプト	54	26	5	23
コンテンツ管理等のデータベース教育	16	7	0	9
文字の編集などに活用する正規表現の教育	4	1	0	3
動きを意識した動画系の教育	61	27	8	26
そのほかアプリケーションソフトの教育等	67	30	7	30
その他	4	0	1	3
無回答	8	0	4	4

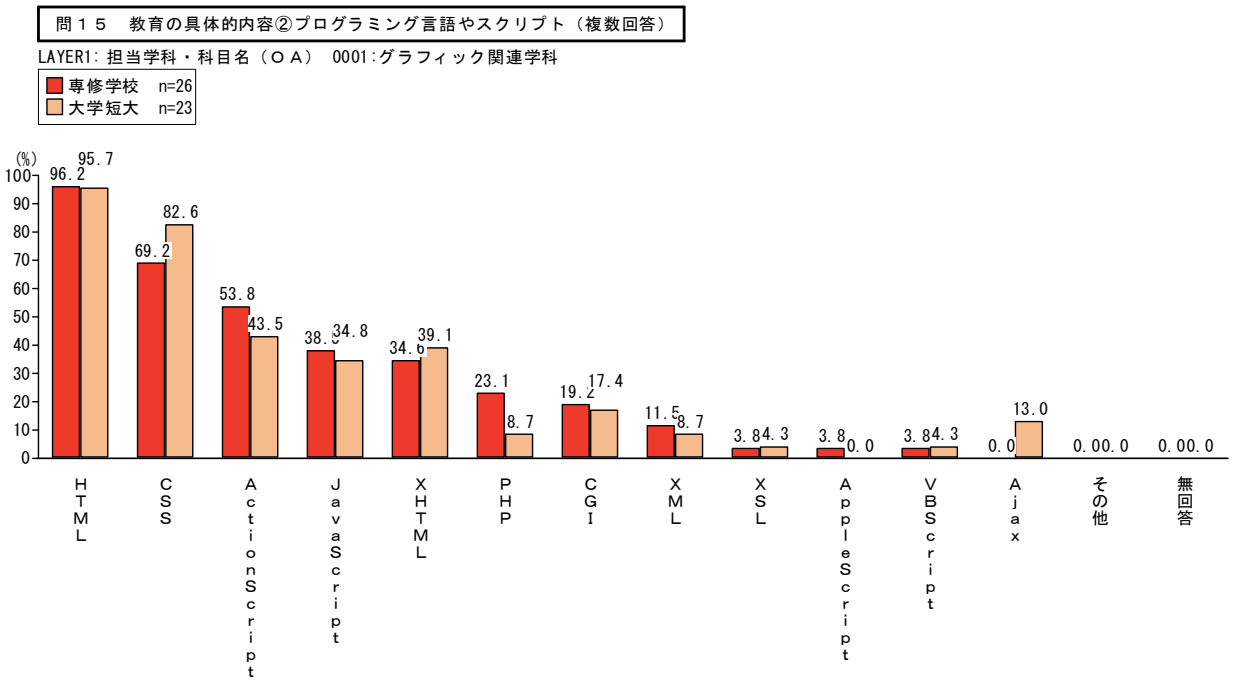
【電子媒体でのドキュメントの制作やそのデザインの教育】

具体的な内容として、「Ｗｅｂページデザイン」、「Flash を使ったＷｅｂ制作」が上位にあげられている。



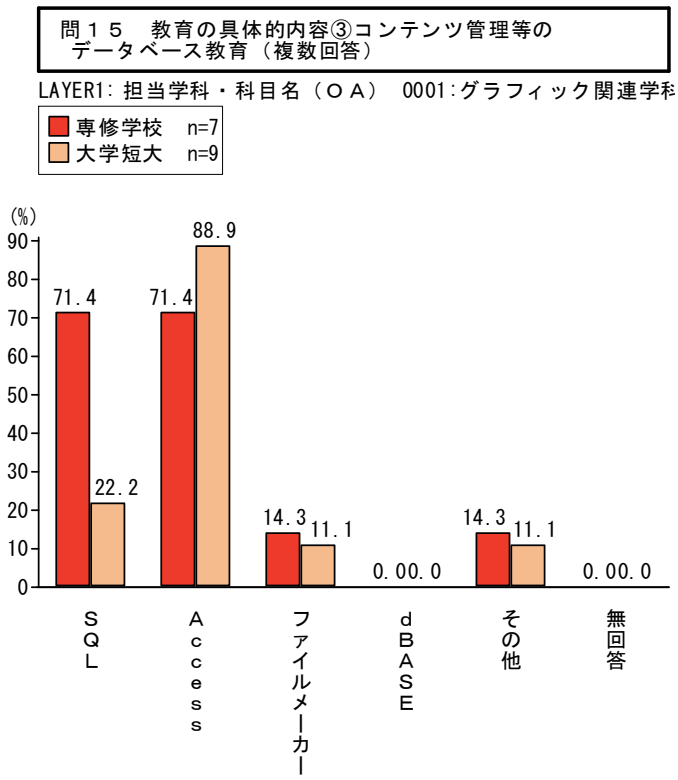
【電子媒体環境でコンテンツ等を活用するためのプログラム言語やスクリプト】

具体的な内容として、「HTML」、「CSS」が上位を占め、「ActionScript」、「XHTML」、「JavaScript」と続いている。



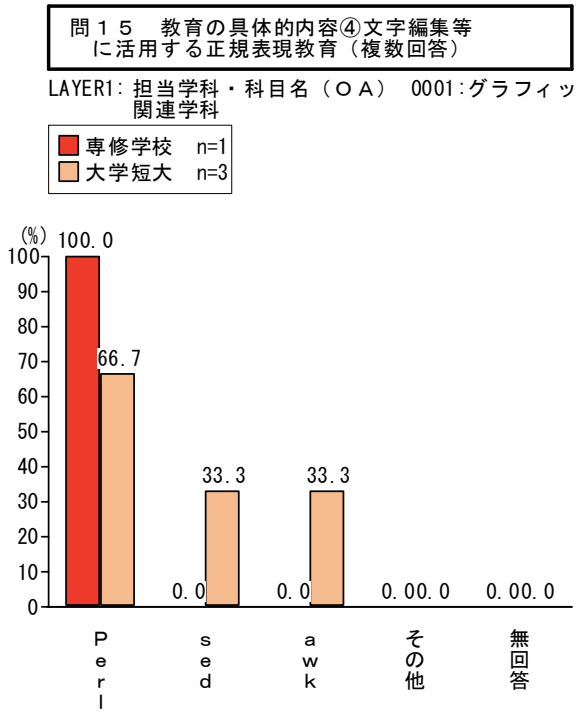
【コンテンツ管理等のデータベース教育】

実施率は高くないが、具体的な内容として、「Access」、「SQL」に取り組んでいるところがある。



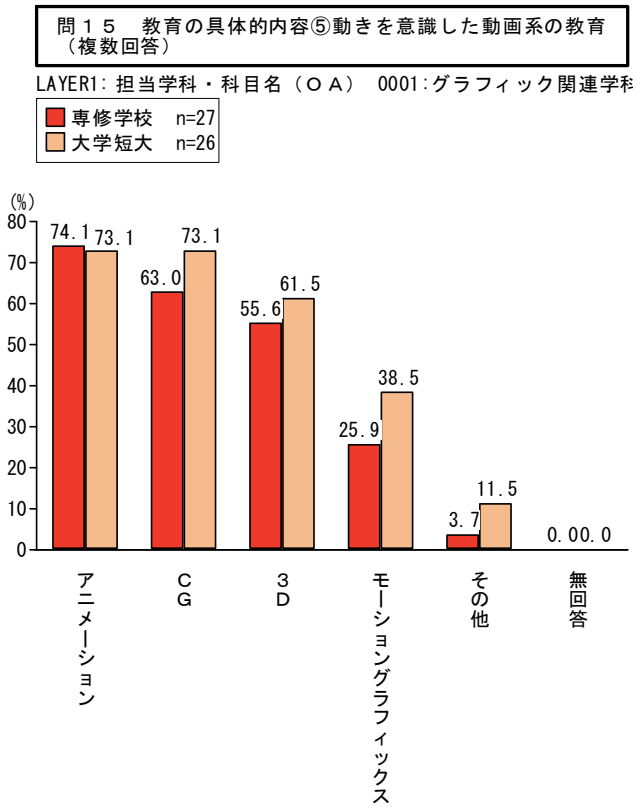
【文字の編集などに活用する正規表現の教育】

実施率は高くないが、具体的な内容として、「Perl」、「sed」、「awk」に取り組んでいるところがある。



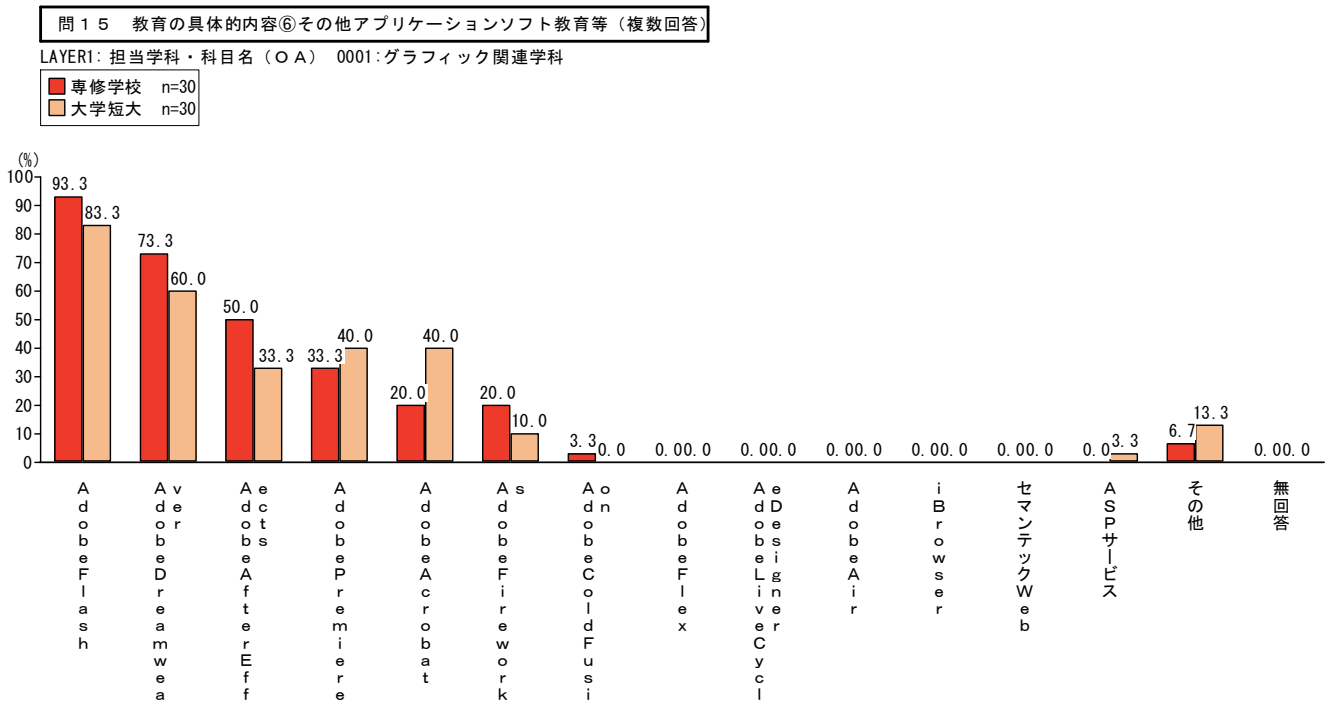
【動きを意識した動画系の教育】

具体的な内容として、「アニメーション」、「CG」が６～７割と高く、「３D」も５割以上となっている。



【そのほかアプリケーションソフトの教育等】

具体的な内容として、「AdobeFlash」が最も高く、次いで「AdobeDreamweaver」、「AdobeAfterEffects」などがあげられている。



４．　情報デザイン教育実施上の課題

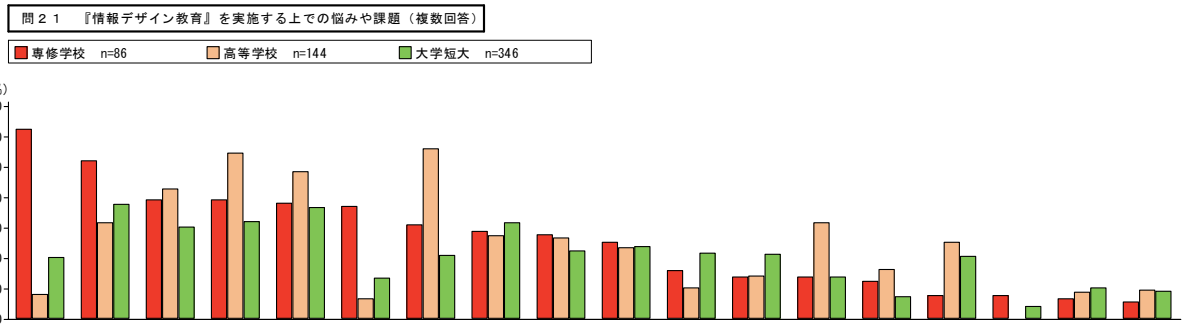
（１）実施上の課題

情報デザイン教育を実施するうえでの悩みや課題については、学校種ごとに差がある。

専修学校においては、「学生数の確保」が最も高く、ついで「生徒・学生の意欲向上」、「魅力ある授業づくり」、「効果的な学習方法・指導方法」となっている。

高等学校においては、「教員等の指導力向上」が最も高く、ついで「効果的な学習方法・指導方法」、「教員等の確保」となっている。

大学短大においては、「生徒・学生の意欲向上」が最も高く、ついで「教員等の確保」、「効果的な学習方法・指導方法」となっている。



	学校種	n	1 学生数の確保	7 生徒・学生の意欲向上	5 魅力ある授業づくり	10 効果的な学習方法・指導方法	3 教員等の確保	2 採算性の確保	6 教員等の指導力向上	12 十分な授業時間の確保	9 学習の範囲や内容の設定	4 カリキュラムの作成	16 学内の理解協力	8 教育目標や達成水準の設定	15 教科書やテキストの調達	14 相談できる人材の確保	11 学習の到達度の測定や評価	13 十分な在学期間の確保	17 その他	18 無回答
0	ＴＯＴＡＬ	576	23.8	38.5	35.1	39.1	40.1	15.6	31.4	30.4	24.5	24.1	18.2	18.8	18.6	10.8	20.1	3.8	9.5	9.0
2	専修学校	86	62.8	52.3	39.5	39.5	38.4	37.2	31.4	29.1	27.9	25.6	16.3	14.0	14.0	12.8	8.1	8.1	7.0	5.8
3	高等学校	144	8.3	31.9	43.1	54.9	48.6	6.9	56.3	27.8	27.1	23.6	10.4	14.6	31.9	16.7	25.7	0.0	9.0	9.7
1	大学短大	346	20.5	37.9	30.6	32.4	37.0	13.9	21.1	31.8	22.5	24.0	22.0	21.7	14.2	7.8	20.8	4.3	10.4	9.5

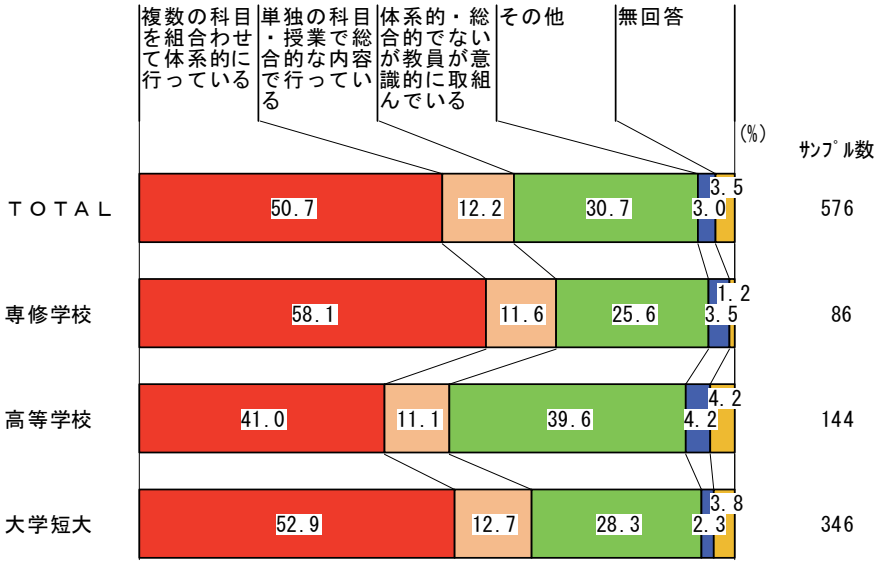
その他主な意見

- ハード・ソフト面での環境整備
  - 日々進化するコンピュータ環境などの整備
  - デジタル機材の量、質、種類が不十分であること
  - 設備（ソフトを含む）が高価であること。
  - 設備充実のための予算確保
- 就職先の確保
- 学生の基礎学力低下　など

（２）実施体制面の課題

「情報デザイン能力」や「情報コミュニケーション能力」の向上のための取り組みについては、「関連する学科・コースの中で、複数の科目を組み合わせて、体系的に行っている」がどの学校種においても高く、専修学校・大学短大で５割以上、高等学校で４割以上である。「体系的・総合的ではないが、教員が意識的に取り組んでいる」も高等学校では、約４割と高い。

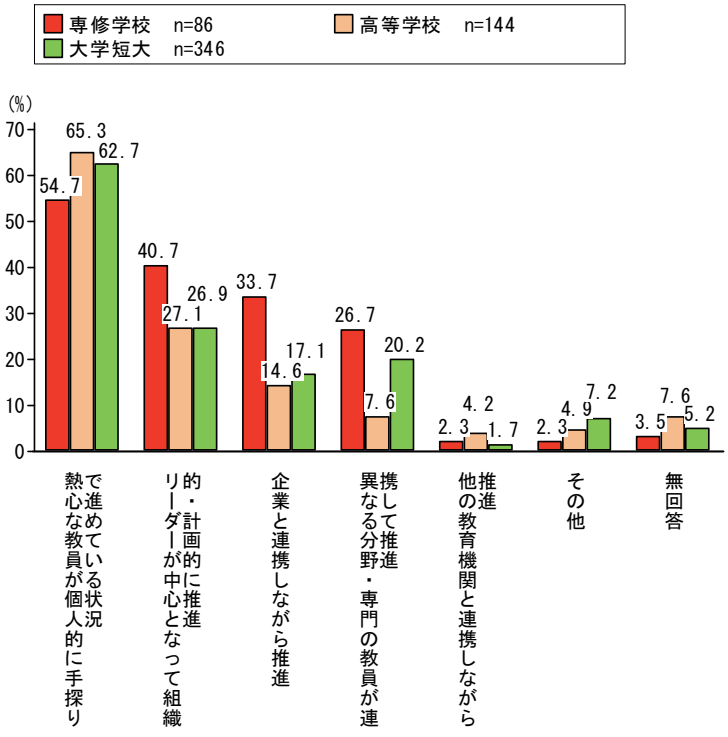
＊問１０　『情報デザイン能力』『情報コミュニケーション能力』向上のための取り組み



「情報デザイン能力」や「情報コミュニケーション能力」の実施体制については、「熱心な教員が個人的に手探りで進めている状態」が高くなっており、特に高等学校、大学短大で高い。

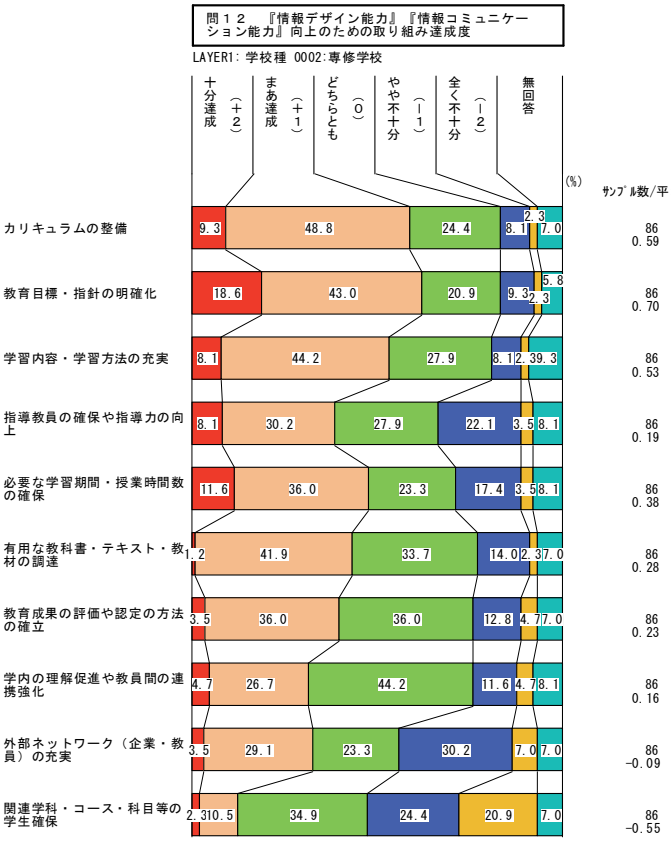
専修学校では、「リーダーが中心となって組織的・計画的に推進」が４割となっており、「企業と連携しながら推進」も３割以上となっている。

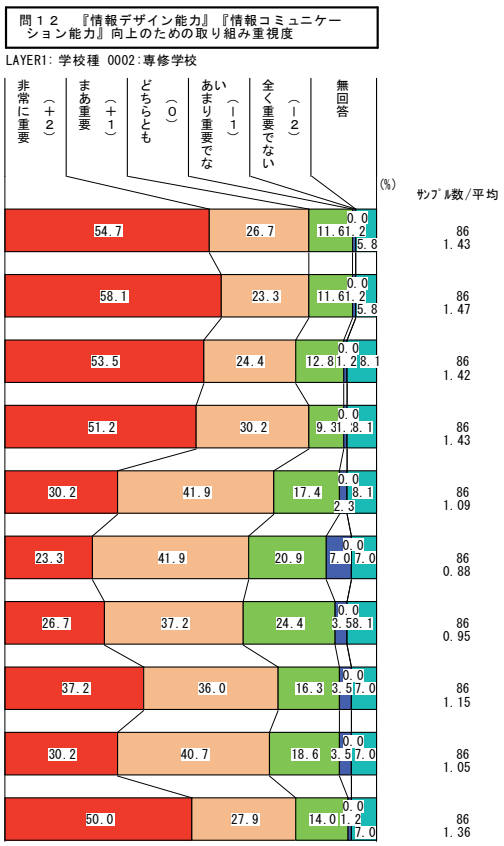
問１１　『情報デザイン能力』『情報コミュニケーション能力』向上のための取り組み実施体制（複数回答）



（３）教育環境面の課題

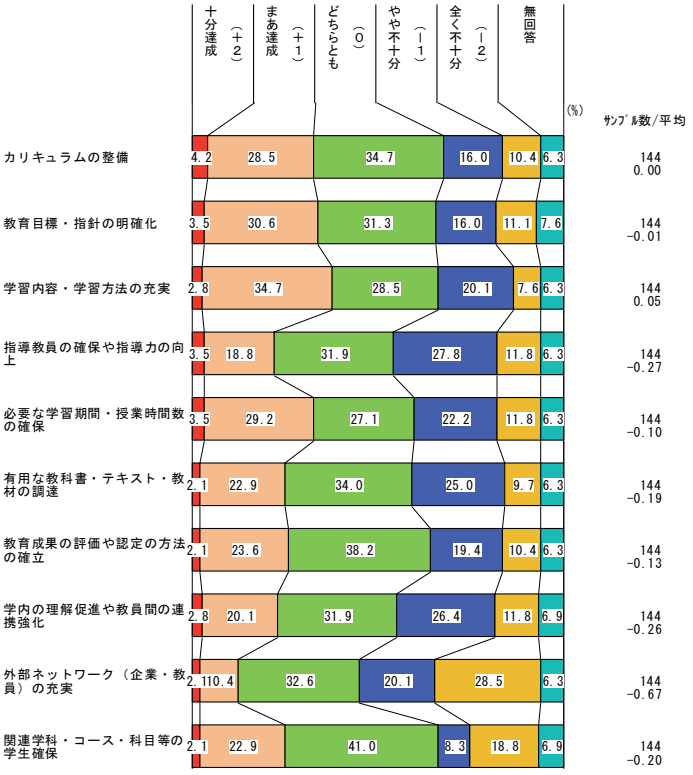
「情報デザイン能力」や「情報コミュニケーション能力」の向上のための取り組みについて、達成度が高いのは、どの学校種においても、「カリキュラムの整備」、「教育目標・指針の明確化」、「学習内容・学習方法の充実」となっている。達成状況は全般に専修学校でやや高く、ついで大学短大、高等学校となっている。重視度でみると、達成度の高い「カリキュラムの整備」、「教育目標・指針の明確化」、「学習内容・学習方法の充実」とともに、達成度のそれほど高くない「指導教員の確保や指導力の向上」が上位にあげられている。


問１２　『情報デザイン能力』『情報コミュニケーション能力』向上のための取り組み達成度
LAYER1: 学校種 0002:専修学校
十分達成（＋２）
まあ達成（＋１）
どちらとも（０）
やや不十分（－１）
全く不十分（－２）
無回答
(%)
サンプル数/平均
カリキュラムの整備 9.3 48.8 24.4 8.1 2.3 7.0 86 0.59
教育目標・指針の明確化 18.6 43.0 20.9 9.3 2.3 5.8 86 0.70
学習内容・学習方法の充実 8.1 44.2 27.9 8.1 2.3 9.3 86 0.53
指導教員の確保や指導力の向上 8.1 30.2 27.9 22.1 3.5 8.1 86 0.19
必要な学習期間・授業時間数の確保 11.6 36.0 23.3 17.4 3.5 8.1 86 0.38
有用な教科書・テキスト・教材の調達 1.2 41.9 33.7 14.0 2.3 7.0 86 0.28
教育成果の評価や認定の方法の確立 3.5 36.0 36.0 12.8 4.7 7.0 86 0.23
学内の理解促進や教員間の連携強化 4.7 26.7 44.2 11.6 4.7 8.1 86 0.16
外部ネットワーク（企業・教員）の充実 3.5 29.1 23.3 30.2 7.0 7.0 86 -0.09
関連学科・コース・科目等の学生確保 2.3 10.5 34.9 24.4 20.9 7.0 86 -0.55



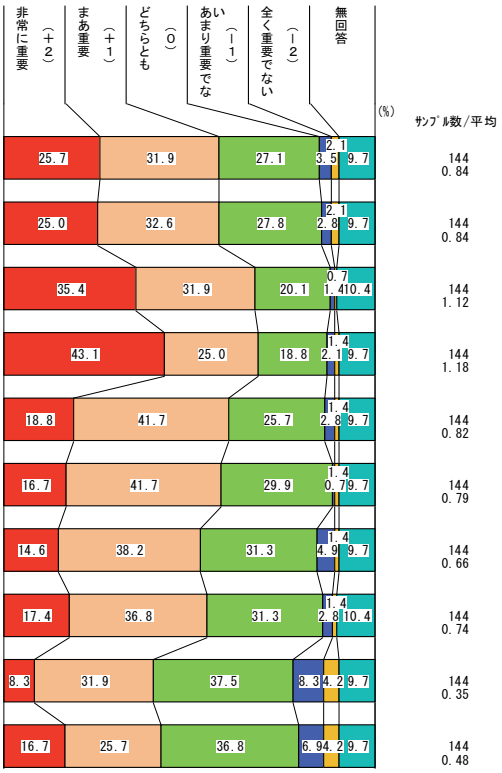
問１２　『情報デザイン能力』『情報コミュニケーション能力』向上のための取り組み達成度

LAYER1: 学校種 0003:高等学校



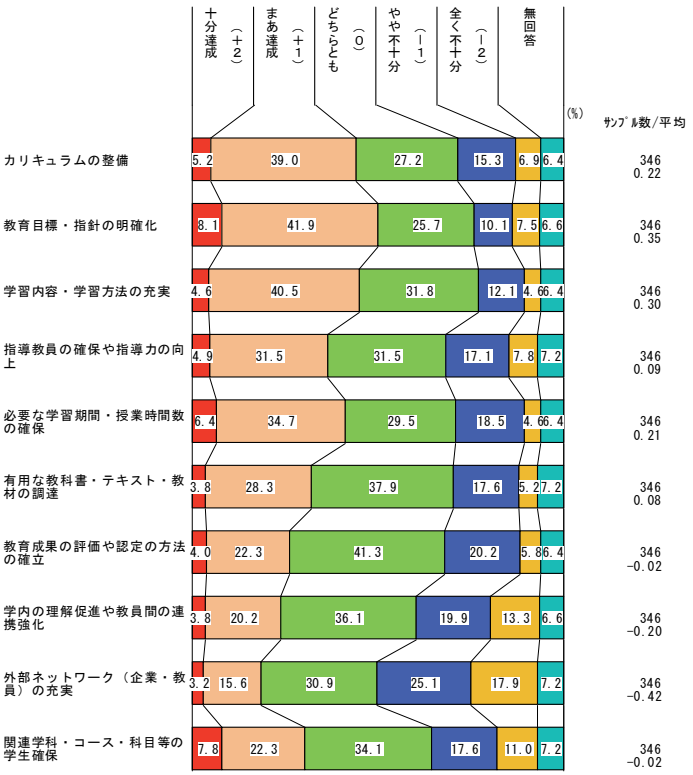
問１２　『情報デザイン能力』『情報コミュニケーション能力』向上のための取り組み重視度

LAYER1: 学校種 0003:高等学校



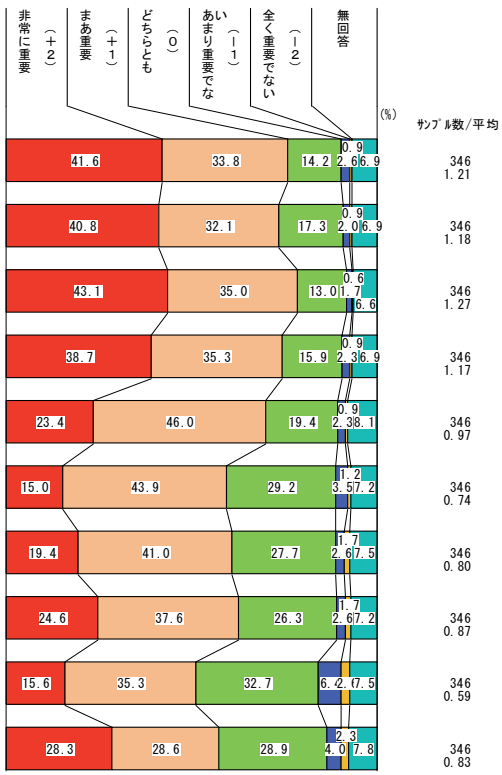
問１２　『情報デザイン能力』『情報コミュニケーション能力』向上のための取り組み達成度

LAYER1: 学校種 0001:大学短大



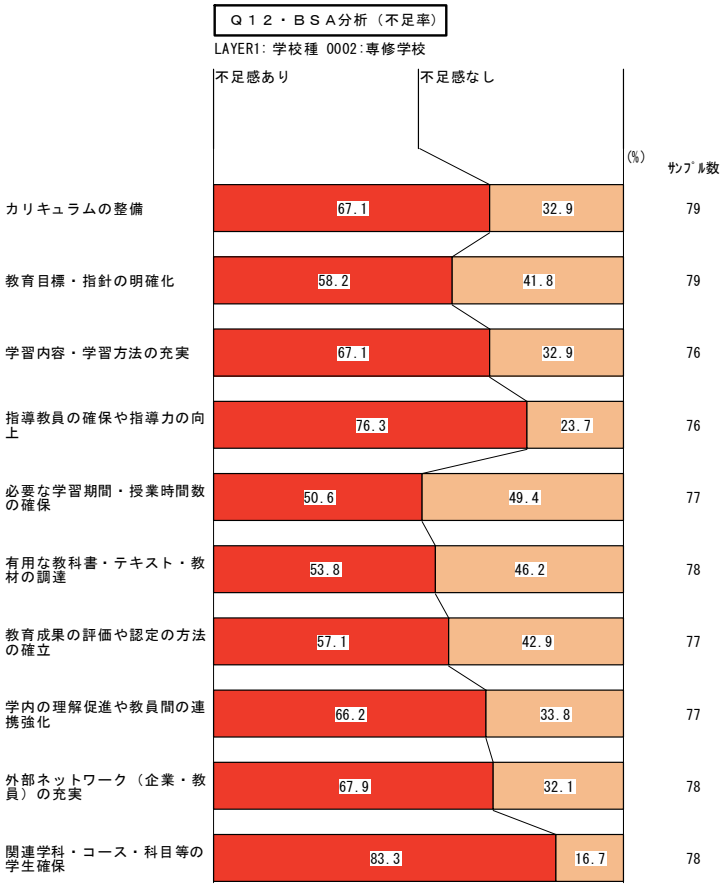
問１２　『情報デザイン能力』『情報コミュニケーション能力』向上のための取り組み重視度

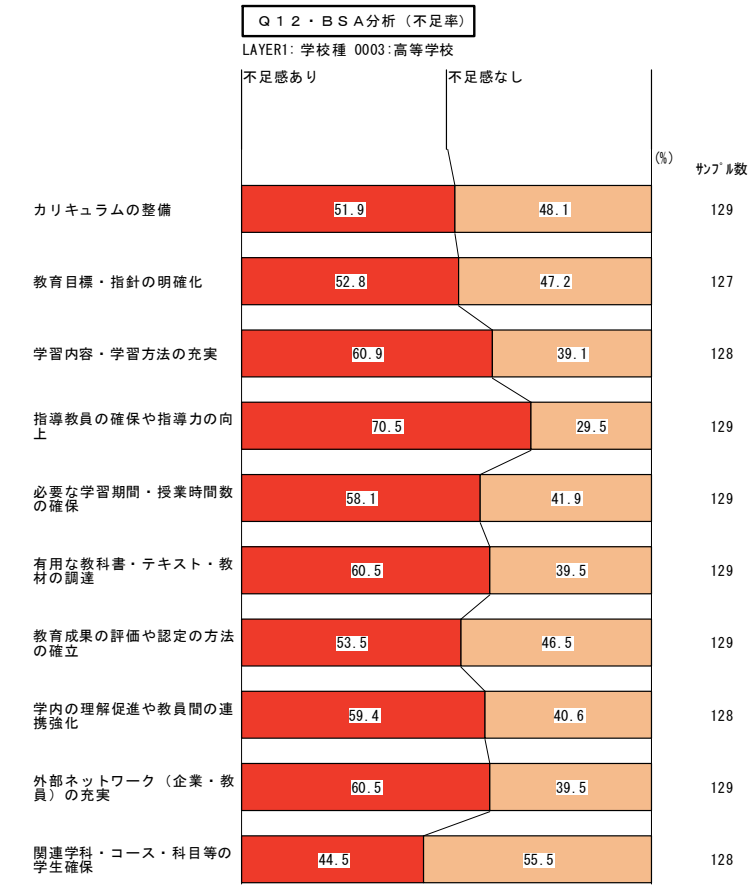
LAYER1: 学校種 0001:大学短大

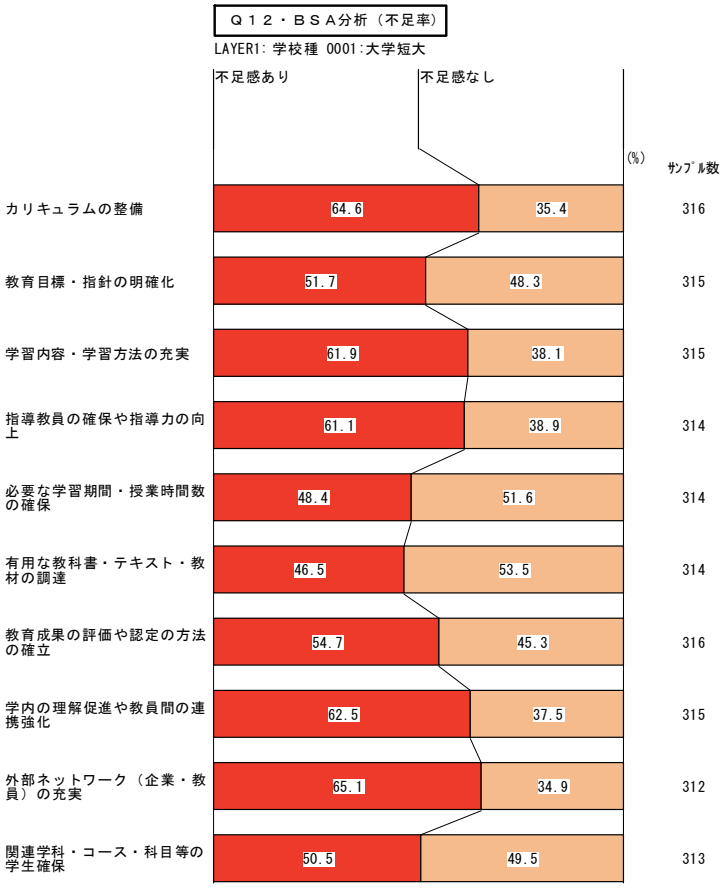


「情報デザイン能力」や「情報コミュニケーション能力」の向上のための教育環境について、達成度と重視度を比較すると、その事柄に対する不足度がわかる。

専修学校では「関連学科・コース・科目等の学生確保」、「指導教員の確保や指導力の向上」が８割前後と上位にあげられている。高等学校では、「指導教員の確保や指導力の向上」が７割と高く、大学短大では、「カリキュラムの整備」、「外部ネットワークの充実」が６割以上と不足感が高い。



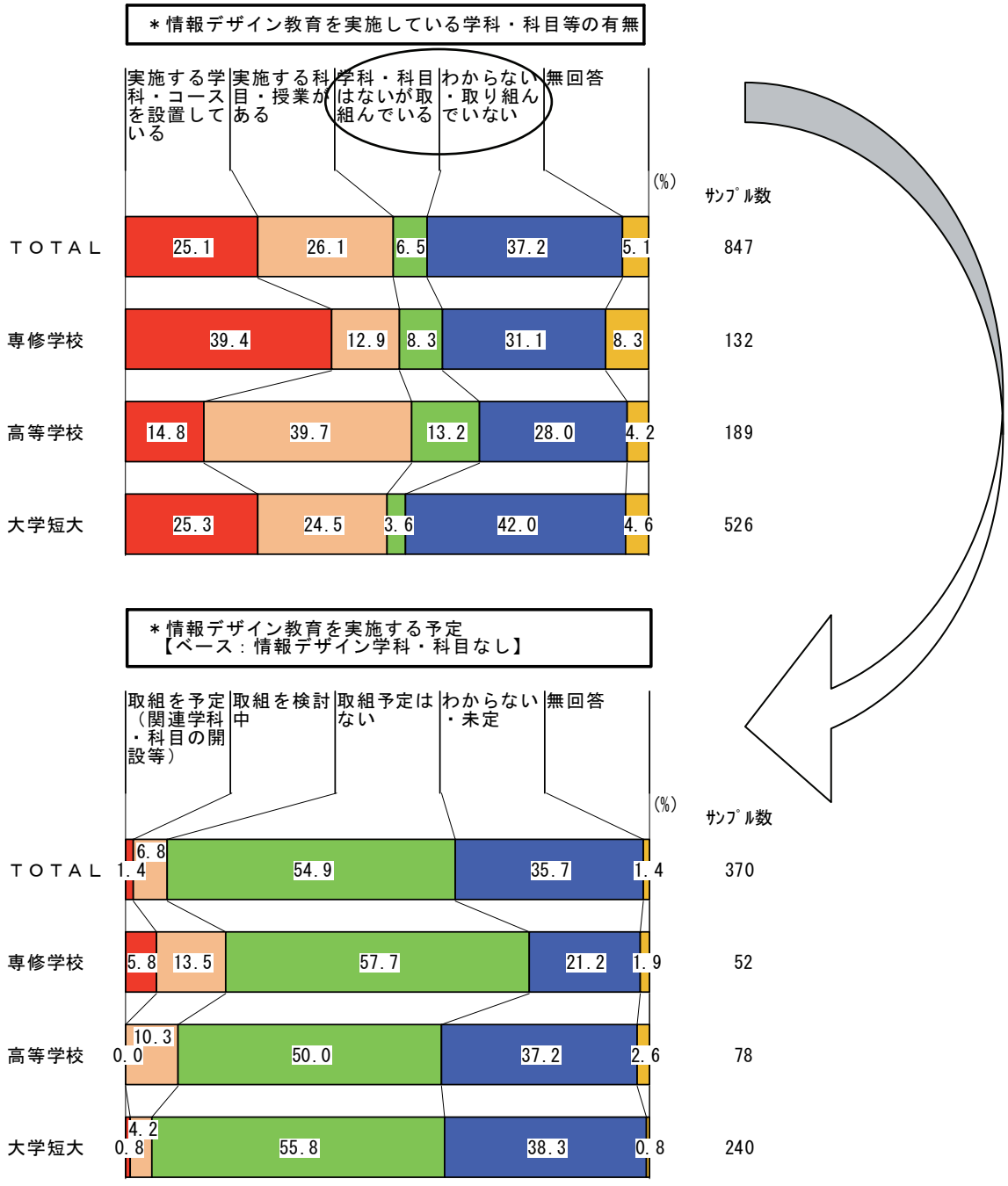

Ｑ１２・ＢＳＡ分析（不足率）
LAYER1: 学校種 0003:高等学校
不足感あり
不足感なし
(%)
ｻﾝﾌﾟﾙ数
カリキュラムの整備
51.9
48.1
129
教育目標・指針の明確化
52.8
47.2
127
学習内容・学習方法の充実
60.9
39.1
128
指導教員の確保や指導力の向上
70.5
29.5
129
必要な学習期間・授業時間数の確保
58.1
41.9
129
有用な教科書・テキスト・教材の調達
60.5
39.5
129
教育成果の評価や認定の方法の確立
53.5
46.5
129
学内の理解促進や教員間の連携強化
59.4
40.6
128
外部ネットワーク（企業・教員）の充実
60.5
39.5
129
関連学科・コース・科目等の学生確保
44.5
55.5
128


Ｑ１２・ＢＳＡ分析（不足率）
LAYER1: 学校種 0001:大学短大
不足感あり
不足感なし
(%)
ｻﾝﾌﾟﾙ数
カリキュラムの整備
64.6
35.4
316
教育目標・指針の明確化
51.7
48.3
315
学習内容・学習方法の充実
61.9
38.1
315
指導教員の確保や指導力の向上
61.1
38.9
314
必要な学習期間・授業時間数の確保
48.4
51.6
314
有用な教科書・テキスト・教材の調達
46.5
53.5
314
教育成果の評価や認定の方法の確立
54.7
45.3
316
学内の理解促進や教員間の連携強化
62.5
37.5
315
外部ネットワーク（企業・教員）の充実
65.1
34.9
312
関連学科・コース・科目等の学生確保
50.5
49.5
313

５．　今後の情報デザイン教育の推進に向けて

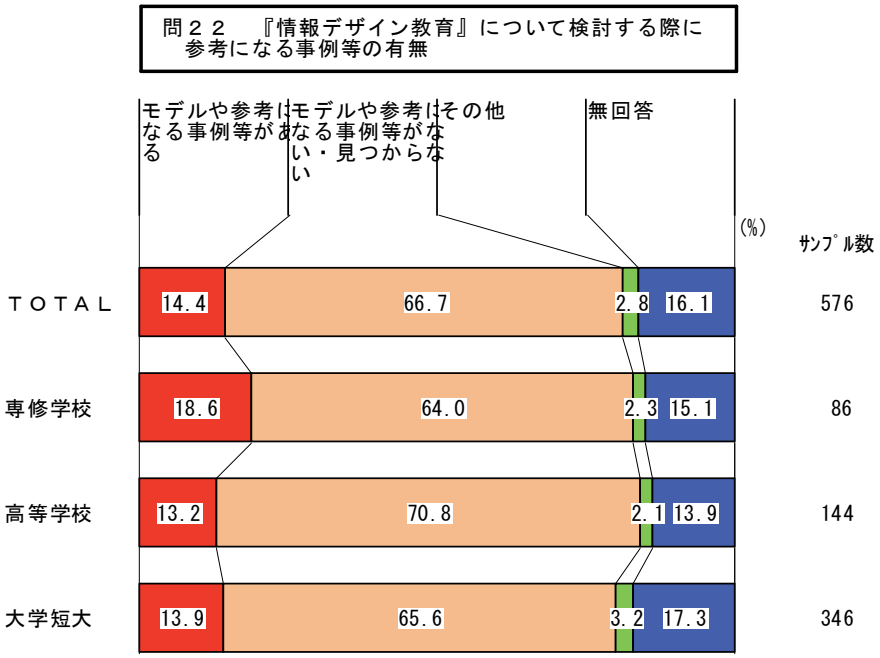
（１）情報デザイン教育の今後の動向

現在、情報デザイン教育を「学科・科目はないが取り組んでいる」、「わからない・取り組んでいない」学校における今後の情報デザイン教育の実施予定については、「取組を予定（関連学科・科目の開設等）」は低いものの、「取組を検討中」は専修学校、高等学校ともに１割以上となっている。

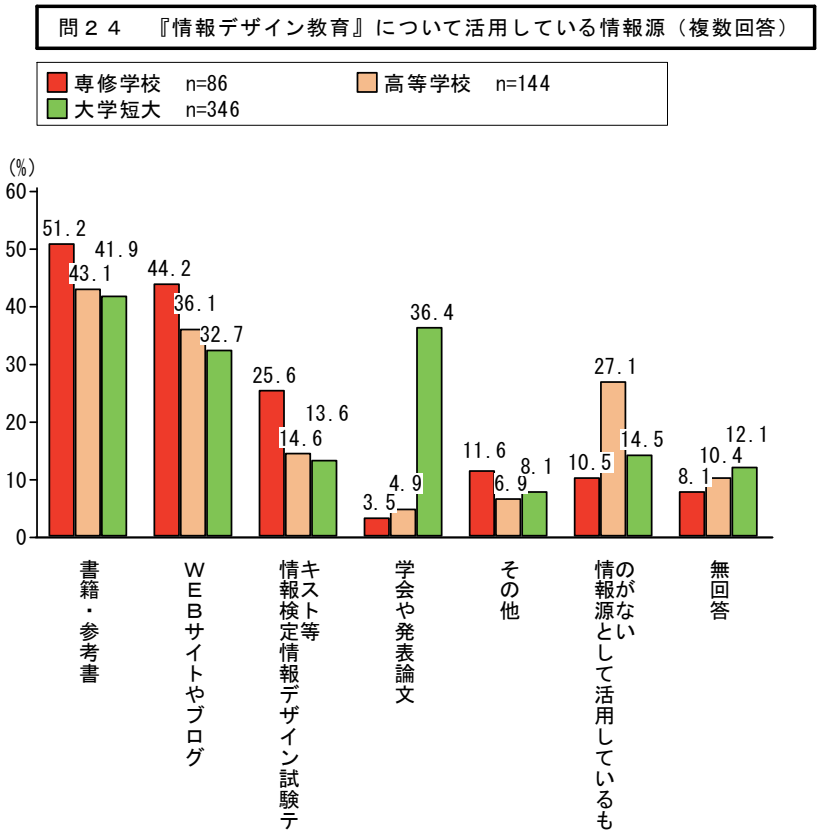


（２）情報デザイン教育推進上の教員ニーズ

情報デザイン教育を検討する際に参考となる事例の有無については、「モデルや参考になる事例等がない・見つからない」がどの学校種においても６割以上を占めている。「モデルや参考になる事例等がある」は専修学校で高等学校、大学短大より高い。



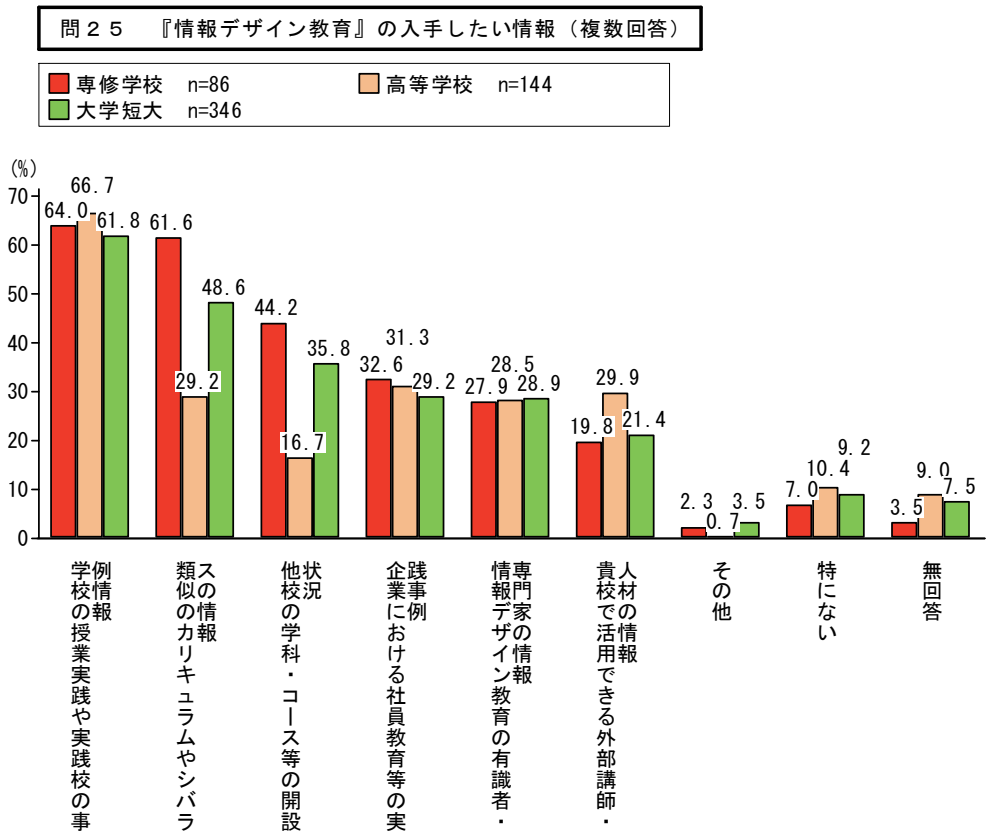
「情報デザイン教育」の情報源としては、「書籍・参考書」、「ＷＥＢサイトやブログ」が上位にあげられた。大学短大においては、「書籍・参考書」に次ぎ、「学会や発表論文」が高い。高等学校では、「情報源として活用しているものがない」も約３割と高い。



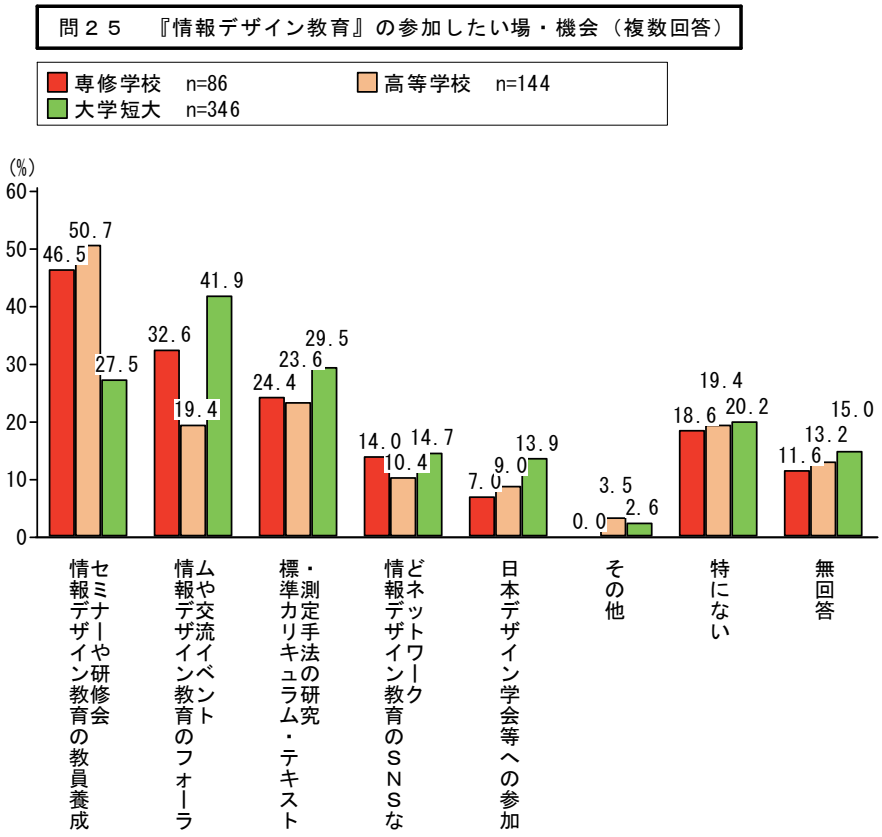
参考にしている情報源として、下記のような例があげられた。

書籍・参考書		ＷＥＢサイト・ブログ	
「デザイン言語」「デザイン言語 2.0」 「データラメ　Photoshop」 「Blender,jp」 「ブレーン」等専門月刊誌 「情報デザイン入門」渡辺保夫 ADFLASH AXIS など専門誌 bauhaus 関連書籍等 CARSTYLING CG、WORLD CG-ARTS 協会出版物 CG 検索等の本 DTPWORLD、MDN GIMP 関連書籍 GooglemapSAPI HTML&CSS 入門（wenet） IDEO 社、MITMediaLab JAGDA 教科書 photoshop 関係の入門書 Shade Stanfand-School 関連書籍 t81 雑誌 Ｗｅｂcreators Ｗｅｂ Desighing Ｗｅｂディレクション教科書 アンビエントファインダビリティ インターネットの光と影（北大路書房）・コンピュータ倫理学（オーム社） クリティカル・シンキング関連 コンピュータ教育関係、SGE 関係 それは「情報」ではない デザインノート デザインの現場、室内、AXIS デザインルールズ デザインの現場 ビジュアル情報表現	ブルーノ、ムナーリ「デザインとヴィジュアルコミュニケーション」等 よくわかるホームページビルダー12 各種タグ事典 ㈱ボーンデジタル書籍関連 佐々木正人氏関連書籍 三宅隆之（2006）『実践プレゼンテーション入門』慶應義塾大学出版会 鹿島茂『勝つ為の論文の書き方』文春新書 失敗学、知へのステップ 実教出版技術評論社 社会情報学シリーズ（東京大学出版会） 情報アーキテクチャ関連書籍 情報デザイン タイポグラフィ 情報デザインケーススタディ 情報デザインベイシクス（ユニテ・デザインリテラシー研究会） 情報デザインリースブック 情報デザイン入門 情報リテラシー 情報通信学会 情報処理学会等の書物 学会雑誌の総合解説 図解でわかるソフトウエア開発のすべて　Miut 著 大学教育と情報 誰の為のデザイン 日経コンピュータ 日経デザイン 日経ビジネス 標準Ｗｅｂデザイン演習 「美の構成学」三井秀樹	百式 デザインリンクデータベース 情報検定 情報デザイン研究室（浅野先生のブログ） 情報デザインフォーラムに関与する方々のブログ 関心空間等 メディア教育開発センター 情報処理関連資格テスト ホームページ作成方法 タンジブルビット セミ・トランスパレントデザイン メタファー ウィキペディア 出版系のサイト アドビ等のメーカーサイト 各教科書会社のＷｅｂ 「デザイン」で検索 ”infomation aesthetics” www.hit.ac.jp「情報デザイン部門」 mell.jp	hcfstede.Com cnet IT メディア adde Mdn JDNetc JAPET ITmedia ITFT PFC IDEO 社、MITMediaLab Stanfand-School ICC　ONLINE GIMP2 FWA　Favovite　Ｗｅｂ site　A　WARDS Exciteism Desigh　Link　Database Delicious 等 の SocialBookmark COULD（長谷川恭久氏） CG-Arts 協会 Apple YAHOO Google

「情報デザイン教育」について、入手したい情報では、「学校の授業実践や実践校の事例情報」が最も高い。専修学校、大学短大では、次いで「類似カリキュラムやシラバスの情報」が高い。高等学校では、次いで「企業における社員教育等の実践事例」が高くなっている。



「情報デザイン教育」について、参加したい場・機会については、専修学校、高等学校で、「情報デザイン教育の教員養成セミナーや研修会」が半数近くを占め、高い。大学短大では、「情報デザイン教育のフォーラムや交流イベント」が４割で最も高く、次いで「標準カリキュラム・テキスト・測定手法の研究」となっている。



（参考）情報デザイン教育に総合的・体系的・組織的に取り組む学校

（「教育機関における情報デザイン教育の実態調査」結果より）

「情報デザイン教育の実態調査」アンケートに回答のあった学校の中から、情報デザイン教育について一定程度総合的、体系的、組織的に取り組まれていると考えられる学校を、その回答結果をもとに抽出した。

＜抽出基準＞

1）学科コースの有無：「情報デザイン教育を実施する学科・コースを開設している」と回答
2）体系性：「（情報デザイン能力向上のため）関連する学科・コースの中で、複数の科目を組み合わせて体系的に行っている」と回答（問 10「1」）
3）組織性：「（情報デザイン教育の実施体制は）学科・コースのリーダーが中心となって組織的・計画的に推進」と回答（問 11「１」）

アンケート調査の回答校のうち、上記の抽出条件に該当した学校は下記の通りである。

【専修学校（都道府県順）】

専門学校札幌ビジュアルアーツ	鳥取情報処理専門学校
北海道造形デザイン専門学校	中国デザイン専門学校
専門学校山形 V.カレッジ	学校法人中央学院　YIC キャリアデザイン専門学校
学校法人　電子学園　日本電子専門学校	学校法人龍馬学園　高知情報ビジネス専門学校
学校法人岩崎学園　情報科学専門学校　横浜西口校	松山デザイン専門学校
国際情報ビジネス専門学校	麻生工科デザイン専門学校
沼津情報専門学校	麻生情報ビジネス専門学校
学校法人大阪安達学園　大阪デザイナー専門学校	学校法人日章学園　宮崎ユニバーサル・カレッジ
学校法人創造社学園　創造社デザイン専門学校	学校法人川島学園　鹿児島工学院専門学校
京都芸術デザイン専門学校	専門学校 IT カレッジ沖縄
神戸電子専門学校	

【高等学校（都道府県順）】

青森県立黒石商業高等学校	群馬県立桐生工業高等学校	島根県立浜田商業高等学校
福島県立いわき総合高等学校	愛知県立杏和高等学校	愛媛県立松山南高等学校砥部分校
東京都立六郷工科高等学校	岐阜県立大垣商業高等学校	佐賀県立有田工業高等学校
神奈川県立神奈川工業高等学校	大阪市立工芸高等学校	長崎県立諫早商業高等学校
千葉県立京葉工業高等学校	兵庫県立西脇工業高等学校	沖縄県立浦添商業高等学校

【大学短大（都道府県順）】

公立はこだて未来大学	相模女子短期大学部	龍谷大学
北見工業大学	千葉大学	大阪成蹊大学
福井工業大学	茨城大学教育学部	大阪工業大学
会津大学短期大学部	駿河台大学	大阪国際大学短期大学部
東北芸術工科大学	ものつくり大学	阪南大学
共立女子短期大学	上武大学	花園大学
東京電機大学	松本大学	和歌山大学
日本大学	愛知工科大学	鳥取短期大学
大妻女子大学	愛知産業大学	川崎医療福祉大学
明治学院大学	名古屋学院大学	中国短期大学
東海大学	名古屋工業大学	徳島文理大学
多摩美術大学	名古屋芸術大学	西日本工業大学
電気通信大学	名古屋造形芸術大学	福岡国際大学
武蔵野美術大学	岐阜経済大学	熊本県立大学
東京家政学院大学	大垣女子短期大学	日本文理大学

※上記は、あくまでアンケート回答結果をもとにしたものです。

Ⅲ　情報デザイン教育の実践事例

１．学校種別の取組事例

1.
資料
専門学校の事例

専門学校教育の事例から

「広告制作の授業展開」

学校法人穴吹学園　穴吹情報デザイン専門学校　天野　博士

授 業 名：ＤＴＰ実習
授業課題：Illustrator、Photoshop による印刷物の制作
指　　導：天野博士
受 講 者：ＣＧ･Ｗｅｂデザインコース １０名
授業期間：２００８年後期～２００９後期 ５４週（１年生９月～２年生１２月）
●この授業は情報デザインの身に付けたい力のどれに当たるのか
■問題発見力　■実現力　■発想力　■段取り力　■情報収集力　■情報分析力　■判断力　■情報編集力
■表現構成力　■コミュニケーション力

■授業概要
この授業は、広告やポスター、パンフレットなどの商業印刷物のデザインの法則やルールを学び、実際に制作を行う授業である。様々な課題をとおし、各印刷物を制作する上で大切な「見せ方の工夫」や「データ作成上の注意」など、就職後に即戦力となる知識をも身に付ける。また、グループ制作を行うことにより、企画や打ち合わせ、意見のすり合わせなどのコミュニケーション能力も身に付け、トータルバランスに優れた人材を育成する。

デザインの講義は全員真剣に取り組み、一つでも多くのことを吸収しようと努力する。

■到達目標
ジャンルを問わず、販売促進や集客で効果を発揮できる広告物が制作出来るようになることを目標としている。また、印刷会社やデザイン会社へ就職後、即戦力となる技術や知識を身に付け、多彩なアイデアが出せるようになると同時に、クライアントとの打ち合わせでも能力を発揮できるようになる。

好きな事だからこそ、作業に入ると時間を忘れるほど集中して作業を行う。

■課題内容
文字のみのレイアウト等の簡単な課題から始まり、次第に難しい課題へと移行してゆく。制作に於いてクリアしなければならない条件（色数指定やコンセプト）を指示し、指定された条件の下で、質の高いデザインが出来るようになる。
最終的には一つの企画で複数の印刷物を制作し、一連の制作物で、統一されたコンセプトを表現する。

■授業プロセス
使用するデザインのルールや法則を説明した後、制作する広告物の説明に入る。使用する文字情報やコンセプトを記載した指示書を配布し説明を行う。質疑応答を行ったあと、５～１０点のデザイン案をラフ画で提出。その後は講師と学生でデザイン検討を行い１点に絞り、カンプの制作に入る。カンプによってレイアウトについて再度検討して紙上でバランスをとる。丁寧に仕上げを行ったあと、パソコンでの制作作業に入る。

学生作品のチラシ。左は鉛筆書きによるカンプ、右は実際に制作したデータ。手描きによる作業も重視している。

■最終的アウトプット
一つ一つの課題は、カラーレーザーで出力後、数回による校正を行い完成させる。一つの作品が完成すれば、就職活動用の作品集にファイリングしていき、２年間で学んだ内容は一冊の作品集となる。その作品集は後輩たちへ見せることで、デザインに対する熱意とやる気が継承されていく。

■評価の仕方
完成した課題は、講師へ提出し５つの項目について評価される。
１．デザインのルールは守れているか？
２．配色のバランスは調和がとれているか？
３．ターゲットに相応しいデザインか？
４．商品として価値はあるか？
５．制作スピードはあったか？
それぞれの項目について、２点から－２点の配点を行い、合計１０点からマイナス１０点の評価を出す。
また、講師は朱書き訂正を行い、学生へ戻し再度修正を加える。

就職活動用の作品集は、一人分でＡ３クリアファイル１冊。４０ページほどのボリュームになる。遅くとも２年生５月までに全員が完成させる。

専門学校教育の事例から

「"そこの場所だからこそ必要"なピクトグラムの提案」

学校法人電子学園　日本電子専門学校　藤井　小春

授 業 名：情報デザイン１
授業課題：ピクトグラムのデザイン
指　　導：井上順子　藤井小春
受 講 者：グラフィックデザイン科１年生３５名
授業期間：2008 年前期 15 週
●この授業は情報デザインの身に付けたい力のどれに当たるのか
■問題発見力　□実現力　■発想力　□段取り力　■情報収集力　■情報分析力　□判断力　■情報編集力
■表現構成力　■コミュニケーション力

■授業概要
フィールドワークを中心とした活動や、コンピューを用いない基礎的な演習を通して身の回りにある様々な事象を分類・分析し、社会とのかかわりや利用法について学び、コンピュータによる実装で情報の可視化、共有化を学ぶ。

■到達目標
（1）情報デザインの「楽しさ」「面白さ」を体験し、デザインが「人間の理解」に役立つための手がかりがわかるようになる。
（2）情報を利用する人の立場や目線に立った情報提供の大切さを体験し、そのための思考方法がわかるようになる。
（3）ダイアグラムの種類と表現手法について理解し応用できるようになる。

■課題内容
新宿歌舞伎町周辺、大久保周辺、都庁周辺、伊勢丹周辺と新宿という街の特徴をつかむため、５人１グループで歩いてみる。その後そのエリアの中でポイントを絞り「エリアのアイディンティティ」を分析。任意の施設または場を設定し、特徴のある（そこの場だからこそ必要な）ピクトグラムをデザインする。
授業内でプレゼンテーションし、得票数の多いグループが授業の成果発表として Apple store 銀座で発表をする。

■授業プロセス
ピクトグラムってなあに。とのガイダンスを行い絵文字源の話から、特徴や利点、日本の規格について講義を行い、調査の目的・方法などを明確化する。
担当フィールドをグループで調査・観察し、人、街（場）、ピクトや看板について写真に記録、撮影した場所を地図に記載していく。撮影した写真を全てプリントアウトし、分類・分析を行う。そこから見えたフィールドの特徴を言葉にし、コンセプトシートに埋めて行く。どんな情報を得たのか、そこから何を考えたのか、グループで気づきの共有を図る。
フィールドの特徴となるキーワードを確認し、デザインする施設、場を確認。いくつかのキーワードからどのようなピクトグラムにするのか、そこの場所だからこそ必要なピクトグラムとはどんなものなのかミニプレゼンを行い、学生自身が課題の内容を把握出来る様に促す。
想定する施設、場のピクトグラムを数種類デザインし、最終的に役割分担を決め、ピクトグラムを完成まで持っていく。

■まとめ方
この授業は成果物のクオリティを優先するのではなく、その成果物が出て来た背景を大事にする。調査、観察から得られた考察をもとに、グループで話し合いをする事により、個人の気づきをグループ内で共有する事で、他人の意見を尊重する事や独りよがりのアイディアに執着しない事などを学ぶ。
最後はプレゼンテーションツールを使い、そこの場所だからこそ必要なピクトグラムの提案をプロセスも実装も含めまとめる。

■評価の仕方
個々ではグループ活動に対するかかわり方、協調性、役割分担の貢献度などについて評価する。グループの活動では、目的に向かっての成長具合をミニプレゼンで確認する。最終プレゼンは内容の奥深さやまとまり具合をクラス内で発表し、学生の一人一票を持って、最終的に票の多いグループが Apple store 銀座での発表を行うことになる。

グループに別れて調査を行う。手持ちのカメラで記録に残し、撮影場所を地図に記載する。

撮影した写真を分類、分析する。その後調査したフィールドの特徴を言葉にする。

MAC を使い、Illusutorator 上でピクトグラムの実装に入る。細部にこだわって作品を仕上げていく。

授業内で選ばれたグループが Apple store で発表する。緊張の一瞬だがやりがいに繋がる。

専門学校教育の事例から

情報デザインの要素を取り入れた「プレゼンテーション」の体験

学校法人片柳学園　日本工学院八王子専門学校　佐藤　和彦

授 業 名：プレゼンテーションワークショップ
授業課題：自分史をプレゼンテーションする
指　　導：佐藤 和彦
受 講 者：保善高等学校（東京都新宿区大久保）http://www.hozen.ed.jp/index.html　9名（3学年）＋2名
授業期間：4時間（4コマ）
●この授業は情報デザインの身に付けたい力のどれに当たるのか
□問題発見力　□実現力　□発想力　□段取り力　■情報収集力　□情報分析力　□判断力　□情報編集力
□表現構成力　■コミュニケーション力

■授業概要
プレゼンテーションがどのようなものかを、体験してもらうためのワークショップ。パソコンの使い方を理解している（Word、Excel の基本操作を学んでいる）学生さんを対象に、プレゼンテーションソフト（Power Point）とプレゼンテーションを体験してもらうためのワークショップ。

■到達目標
短時間でのワークショップ形式で実施のために、下記の3項目を目標とした。
・「情報を伝える」ということが、どういうことかを理解する。
・プレゼンテーションソフトの基本的な利用方法を理解する。
・プレゼンテーションを実施する。

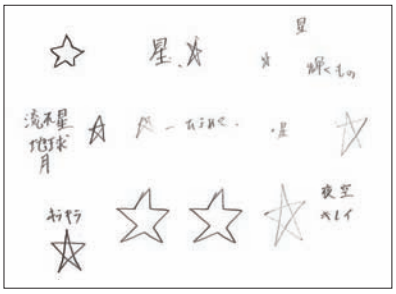
■課題内容
・条件　　事前の授業準備作業なし
　　50分授業 ×4 コマの短時間
以上のような条件があったために、身近ですぐに作成できる話題をテーマにしてプレゼンテーションをする必要がある。今回の場合には、「自分史」をテーマにプレゼンテーションを作成・実施した。

■授業プロセス
1コマ目
・今回の授業の概要と、作業スケジュールを伝える
・「" 紙 " と " ペン "」「" 折り紙 " と " ハサミ "」と使った作業
プレゼンテーションとは、プレゼンターからの一方的な情報伝達になる。その、一方的な、情報伝達というものがどういうものかを、知ってもらうために「" 紙 " と " ペン "」「" 折り紙 " と " ハサミ "」を使った作業を実施する。
ここでのポイントは、・情報伝達の特性を理解する　・受け手側の状況により情報の解釈が異なる事を理解する。
2コマ目
・プレゼンテーションソフト（Power Point）の基本操作のレクチャー。
Word、Excel の操作は、学習しているので Power Point の特徴的な操作の部分にフォーカスしてレクチャーする。
3コマ目
テーマ「自分史」を伝え、プレゼンテーションの作成を開始する。
プレゼンテーション時間は、5分 / 人ということで5枚くらいスライドを作るように伝える。（スライド1枚が1分の目安）
4コマ目
一人ひとりが、プロジェクターを使用して「自分史」のプレゼンテーションを実施する。

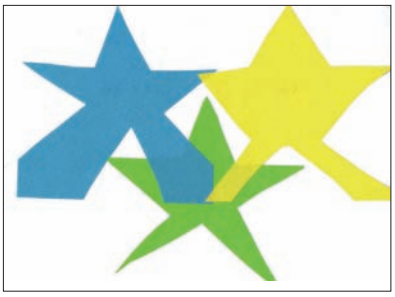
■まとめ方
今回は、全員がプレゼンテーションを実施し終了とした。今後、実施する場合には、プレゼンテーションを実施後に今回の体験を振り返ってみるというプロセスを追加したいと考えている。授業のその場ではなく、レポートでも何でも良い。それによって、今回体験したことの意味を、改めて考えてもらうことが可能となると思われる。

■評価の仕方
特になし。

1コマ目の作業成果



「" 紙 " と " ペン "」を使った場合に、
「星」という言葉を聞き、アウトプットされた結果。



「" 折り紙 " と " ハサミ "」を使った場合に、「星」という言葉を聞き、アウトプットされた結果。
こちらは、大きな星。

「" 折り紙 " と " ハサミ "」を使った場合に、「星」という言葉を聞き、アウトプットされた結果。
こちらは、小さな星。

専門学校教育の事例から

「気づきを促す」プレゼンテーション演習プログラム

学校法人片柳学園　日本工学院専門学校　堤　陽子

授 業 名：プレゼンテーション 2
授業課題：プレゼンテーションワークフロー
指　　導：堤 陽子
受 講 者：IT カレッジ　IT スペシャリスト科 2 年生 22 名
授業期間：2008年後期中 2 週分（計 50 分 ×6 コマ）
●この授業は情報デザインの身に付けたい力のどれに当たるのか
□問題発見力　□実現力　□発想力　■段取り力　■情報収集力　■情報分析力　■判断力　■情報編集力
■表現構成力　■コミュニケーション力

■授業概要
前期のプレゼンテーション 1 では、前に出て話すことに慣れるために、プレゼンテーションを多数実施し、場数を踏む事を主目的とした。後期のプレゼンテーション 2 では前期で得られた経験・気づきをもとに、プレゼンテーションのワークフロー作成を通して、発表の訓練を行う。

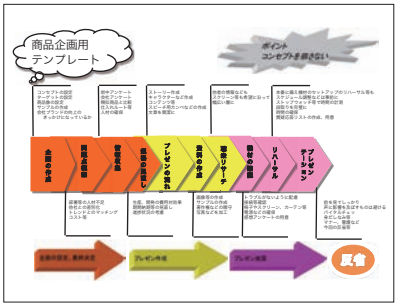
■到達目標
読ませるのではなく、見せる資料作り。ビジネスシーンでも通用するプレゼンテーションスキルを身に付けるための訓練を繰り返し行いながら、よいプレゼンテーションとは何かを考えさせ気づかせる。さらに、発表内容のアウトライン、メリハリ、時間配分などのプレゼンテーションの様々な要素にも配慮したプレゼンテーションの経験値を高める。

■課題内容
プレゼンテーションの企画から発表まで、どのような流れで進めていくとよいのか？今までのプレゼンテーションのプロセスを見直し段取りを考える。今後、学生たちがプレゼンテーションを行う際に活用可能な資料として、プレゼンテーションワークフローシートを作成。（さらに、必要箇所にチェックリストを加えたシートも作成。）

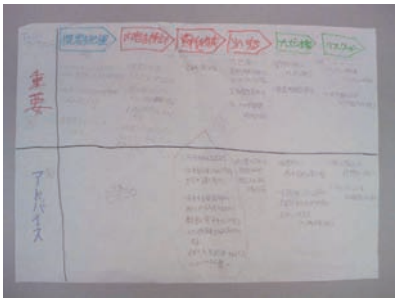
■授業プロセス
1．グループ決定　計 7 グループ：基本 3 人構成
2．グループディスカッション
　グループディスカッションの中で、前期で得られた各自で実施したプレゼンテーションでの経験を振り返り、各自の気づきを導き出す。それらを踏まえて、プレゼンテーションの実施から終了までの流れを書き出す
3．ラフ案作成
　ディスカッションで得られた結果をもとに、カラーマーカー、付箋等を用いてワークフローシートの完成形をイメージして A3x1 枚にまとめる
4．ラフ案完成／指導者との質疑応答
　ラフ案を指導者に解説し、内容について質問を受ける
5．各自まとめ
　ラフ案をもとに各自がパワーポイントを用いて、デジタライズし、A4x1 枚にまとめる
6．提出__その 1／指導者からの指摘と追加事項
　ラフ案とパワーポイントデータを一度提出する。指導者から見にくい個所やわかりにくい個所の指摘を受ける。どうすれば、見やすくわかりやすくなるのか修正案を各自で考える。さらに、必要箇所にチェックリストを加えたシートも追加で作成する指示を受ける。
7．提出__その 2／指導者から見本配布
　修正を終えたシートとチェックリストを加えたシートを提出し、指導者自身が用意した、完成形のプレゼンテーションワークフローシートを受け取る。
8．振り返り　各自作成したシートと配布見本シートを比較しながら、完成までのプロセスを振り返る。

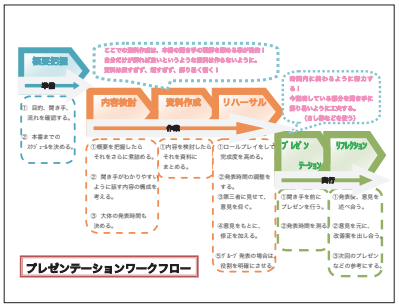
■まとめ方
プレゼンテーションワークフローをパワーポイントで作成し、1 シート (A4) にまとめる。また、フローとあわせたチェックリストも同様に 1 シート (A4) にまとめる。

■評価の仕方
提出課題を机に並べ、学生達が資料を手に取り、見やすくわかりやすい資料に付箋を貼り一票を投じ、評価をする。上位 3 位と指導者が優秀な資料を 2 つ選び、ホワイトボードに貼り評価をする。



例 1：ラフ案の段階で「商品企画用テンプレート」をコンセプトにした、完成形に近い状態まで作り込まれている。





例 2：ラフ案のアウトラインをデジタライズの段階で、さらに整理し見やすくわかりやすく工夫されている。

専門学校教育の事例から

「体験で学ぶ情報デザイン教育の総合演習」

学校法人麻生塾　麻生情報ビジネス専門学校　原　将史

授 業 名：企画制作演習
授業課題：グループ単位の企画・立案・提案・制作・発表
指　　導：渡邉義勝　原将史
受 講 者：CG クリエータ科３年生　26 名　　CG デザイン科２年　16 名
授業期間：2008 年前期 15 週
●この授業は情報デザインの身に付けたい力のどれに当たるのか
■問題発見力　■実現力　■発想力　■段取り力　■情報収集力　■情報分析力　■判断力　□情報編集力
■表現構成力　■コミュニケーション力

■授業概要

１、２年次までに専門知識の基礎を学び、実務的な制作方法について学んだ学生が、日常の交友関係をもとに講師の作為的に作ったチーム（10 名程度）に分かれ、１つのコンテンツから学科・分野の隔てなく様々なメディアでのクリエイティブを学生が考え、自ら作り、多数（一般･業界関係者など）を前にプレゼンテーションを行い、各チームが競い合う。コミュニケーション･チームワーク･スケジュール管理。そして高い専門分野の知識を養うため、社会での「即戦力」を意識したプログラム。また単体の授業科目としてだけでなく、この活動を起点に学科間の連携や学内イベント・プロモーション活動、ボランティア活動、リサーチなどを活用しながら「大きなコミュニティ」の構築を目指す。

■到達目標

グループのコミュニケーションの中から社会で期待される即戦力としての人間性を高め、受講する各自の進路など、方向性をふまえた各分野の専門スキルの向上を図る。

■課題内容

「Web を中心としたメディアミックスを活用し、ターゲット・ユーザーを継続して巻き込むコンテンツの企画・制作」を本年度のテーマとし、企画・制作に臨ませる。また今回はシステム研究科・組込みシステム科の有志を加え、自己のスキルを高められるチャレンジングな企画を、自らが考え取り組ませる。

■授業プロセス

導入では目標の明確化と共有に始まり、与えられる課題ではなく自らが作り出していく学習であることを認識させる。この学習を通じ得られる効果や将来の目標に対する自覚など動機付けを行い、その上でのスタートとなる。チームは日常の観察からコミュニケーションが円滑でない組み合わせを意図的に構成し、ブレーンストーミングから徐々にチームとしてのまとまりを持たせ企画へ臨ませる。コンセプトメーキングの段階では情報収集に関する知識やマーケティングに関する講義を織り交ぜ、必要な段階に情報デザインの知識を提供していく。主体はあくまで学生の側で運営をさせ、リーダーを中心にコミュニーションに多くの時間をさき複合的な要求に対する企画の検討を進める。
企画内容により外部のクライアントが発生する場面でも積極的にミーティングに臨み、必要に応じユーザーのニーズ調査などリサーチを行うほか、実装した機能のデバッグなど企画実現までを追求させる。
期間の節目に企画の承認、進捗報告のためのプレゼンテーションを行い発表のスキル向上だけではなく定期的にアウトプットを作成していく。

■まとめ方

最終的な企画書、Web コンテンツの公開、制作物の実装をもって外部クライアントへのプレゼンテーションのほか、中規模ホールにて業界関係者へ向け成果・活動を報告する発表会を実施した。

■評価の仕方

活動に対する個々の係わりや貢献を観察し、役割の達成、技術面での貢献、グループの活動としてのリーダーシップや協調性、目的に対する成長度を複数の指導担当が総合的に評価を行う。日常からの講師の密接指導・人間性教育が必要とされ、非常勤講師を含む担当講師間での密な連携が必要とされる。

ホールでの発表会を設定することで業界関係者へも取り組みをアピール。

基本はミーティングスタイルで講師の学生管理やハンドリングが重要になる。

安易に答えを与えずチーム内でコミュニケーションにより問題解決を図り判断力を養わせる。

定期的にプレゼンを実施しプロジェクトの進捗を調整、アウトプットを設定し評価材料に加える。

発表会の様子は Web で公開
http://www.abcc-crossmedia.com/crossmedia2008/

高等学校教育の事例から

「ユーザに " 期待を抱かせる " ポスター作り」

神奈川県立横浜清陵総合高等学校　情報科　五十嵐　誠

授 業 名：DTP 入門（学校設定科目：専門教科情報）
授業課題：２月に実施の１年次・２年次の発表会のポスターを作成する。ユーザ（見た生徒）にとって、発表会を楽しみになるような工夫を盛り込む
指　　導：五十嵐　誠・ITとして数学科教員１名
受 講 者：DTP入門は１～３年次にまたがる自由選択科目で、定員の 18 名が受講している
授業期間：通年で週 2 時間の科目。ポスターを掲示する１月に、１コマ（2 時間／１00 分）を割り当てる。事前に予告してレイアウトを考えさせておく
●この授業は情報デザインの身に付けたい力のどれに当たるのか
□問題発見力　■実現力　■発想力　□段取り力　□情報収集力　■情報分析力　□判断力　■情報編集力
■表現構成力　□コミュニケーション力

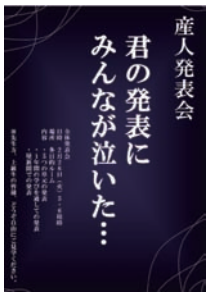
■授業概要

高校の情報科では美術の基礎を押さえている教員は少ない。本校も同様であり、専門教科情報の「コンピュータデザイン」からＤＴＰの分野を特化して、「DTP 入門」と「DTP 活用」という２つの学校設定科目を設置した。「DTP 入門」では、誰もが身近な環境で作品制作できるように、Word と、Word を DTP に特化した Publisher を用いている。特に Publisher は Word とほぼ同様のインターフェースであり、レイアウトソフトの入門としてとても使い勝手がよい。一方「DTP 活用」は「DTP 入門」を履修した生徒を対象とした科目で、外部講師を依頼して、Illustrator、Photoshop、Indesign を用いた本格的な DTP 作業を行なうように切り分けている。どちらの科目も、文化祭や体育祭の新聞を作成したり、行事を告知するポスターを作成している。これらの掲示物は学校生活全体を豊かにする効果があり、学校づくりをデザインするために役立っている。

ここで紹介するのは、美術が苦手な一般の情報科教員が担当する「DTP 入門」にて、情報デザインを意識した行事告知ポスターを指導した事例である。総合学科高校に限らず、普通科高校の「情報 A」、「情報 C」や「総合的な学習」でも取り扱うことができると考える。

■到達目標

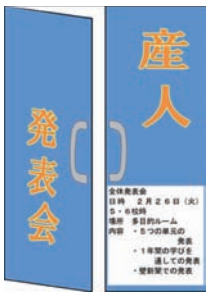
年明けすぐに３年次の「探求」、２月には１年次の「産業社会と人間」、２年次の「コミュニケーション」という年次ごとの学習成果発表会を実施する。発表日時の告知と共に、見た生徒が発表会を心待ちにするように工夫してポスターを作るという課題を与える。写真は使わないので、イラストまたはキャッチコピーを工夫して、この趣旨を具現化することが到達目標である。



■授業プロセス

授業が開始する４月より、写真のトリミングや、カーニングや行間などの文字組みの実習を行い、秋までには校内新聞を作成する程度の技術を身につける。年末には、Microsoft Office の共通機能であるフリーフォームのベクトル描画を覚え、その技術でイラストを描いてクリスマスカードや年賀状を作成している。そのような状況で、１月に、発表会のポスターを作る課題を与える。

※フリーフォームによるベクトル描画とその作品は、ブログ「総合学科情報日誌」のサイドナビ「ベクトル描画の手ほどき」と「清陵の授業（DTP 編）」をご覧ください。



■まとめ方

コンセプトと工夫した点について、自分の作品のプレゼンをしてから、ユーザエクスペリエンスを指定の観点で相互評価を行なう。全ての作品を校内掲示するが、特に評価の高かった作品はメイン会場入り口に掲示する。

多様な作品が校内に掲示されることで、学校全体の雰囲気を盛り上げ、発表会の成功に寄与する。この授業を受講していない生徒も、ポスターを閲覧して情報発信の工夫を学ぶことができる。

■評価の仕方

この課題については、期待感を持たせるためのイラストやキャッチコピーの構想を練っておくように早くから指示している。この２つの項目と効果的なフォントの選び方・使い方、色の使い方を評価する。

また、科目独特の雰囲気があるので、分かっている生徒どうしの相互評価も参考にして「伝えたいこと」が伝わっているかを評価する。

２．取組事例研究レポート

事例1

学校法人穴吹学園

穴吹情報デザイン専門学校における情報デザイン教育の取り組みについて

学校法人穴吹学園は、中四国地区に 18 校の専門学校を擁する専門学校グループです。このネットワークのもと、常に教育環境の充実をはかり、時代を捉えた多彩な学科・専攻・コースの設定で、「好きを極めたプロフェッショナル」を養成し続けています。開校以来、22,000 名を超える卒業生が企業・病院・施設の地域社会で活躍しています。

その学校法人穴吹学園の中で、2008 年 4 月に学校名を「穴吹コンピュータ専門学校」から変更した、「穴吹情報デザイン専門学校」の情報デザイン教育への取り組みについて調査いたしました。

（1）学校の概要

名　称：学校法人穴吹学園　穴吹情報デザイン専門学校
所在地：広島県福山市東町 2-3-6
募集学科

学　科　名	年限	定員
情報システム学科 (ライセンス専攻/Webシステム専攻/オフィススペシャリスト専攻)	3 年制	20 名
高度情報学科	2 年制	20 名
情報ビジネス学科	2 年制	30 名
ＯＡインストラクタ学科	2 年制	20 名
グラフィックデザイン学科	2 年制	30 名
マンガ・アニメーション学科	2 年制	20 名
ＣＧデザイン学科 (広告デザイン専攻/Webデザイン専攻/映像制作専攻)	2 年制	30 名
インテリアデザイン学科	2 年制	20 名
	合　計	190 名

（2）対象学科の概要

ヒアリングでは、グラフィックデザイン学科と CG デザイン学科の取り組みについてヒアリング調査しました。

グラフィックデザイン学科

多くの人に共感してもらえるデザインを目指してコンセプト作りから制作まで実践的に学ぶ。将来は幅広いフィールドで活躍できるデザイナーを目指す。

目標資格

色彩検定士、ファッションコーディネー

ト色彩能力検定、レタリング技能検定、マイクロソフトオフィススペシャリスト、日本語ワープロ検定　など

目指す職業

グラフィックデザイナー、DTP デザイナー、雑誌・広告イラストレーター、雑誌・広告編集デザイナー、アートディレクター、カメラマン、パッケージデザイナー　など

CG デザイン学科

「広告デザイン専攻」「Ｗｅｂデザイン専攻」「映像制作専攻」3 つの専攻に分かれて、自分の進みたい分野を学び、それぞれの分野のクリエイターを目指す。

目標資格

CG クリエイター検定 Ｗｅｂデザイン部門、色彩士検定、マイクロソフトオフィススペシャリスト、日本語ワープ検定、ビジネス文章技能検定　など

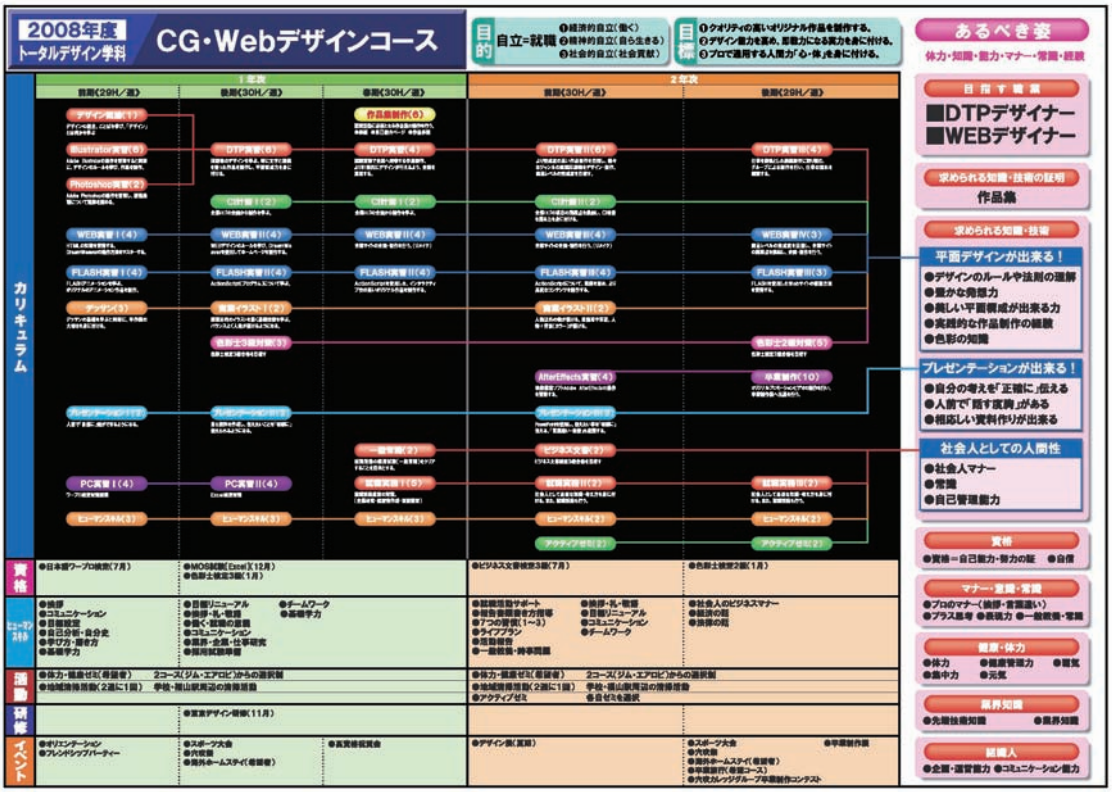
目指す職業

DTP デザイナー、Ｗｅｂデザイナー、グラフィックデザイナー、CG デザイナー、イラストレーター、キャラクターデザイナー、CG アニメーター、映像クリエイター、3DCG アニメーター、３DCG 映像クリエイター、３DCG デザイナー、キャラクターデザイナー　など

（3）教育の取組み

概要

該当学科の卒業生は、地元デザイン系の企業を中心に就職をする。そのためカリキュラムは、地元企業の声を常に反映させたものになっている。2 年間学んで就職した際に、すぐに働ける即戦力としての力を養うことを目標としている。以前に比べると求められるスキルが多様化しており、それに伴い学ぶことも増えており年間で 1100～1200 時間の授業を実施している。授業での作品作成以外の学びの手法としては、実プロジェクトを通した作品作成を実施している。



運用

検定を取得するよりも、作品を作ることを中心に授業を展開する。座学の授業はなく、ほとんどが実習の授業となる。

広告デザイン専攻での大きな学習の流れを表記する。

1年次前期

ソフトウェアの操作を中心に学習する。ソフトウェアの機能を学んだら必ず、その機能を使った作品の課題を提出することで、確実に機能を学ぶようにしている。

デザイン概論、Illustrator 実習、Photoshop 実習、Ｗｅｂ実習Ⅰ、Flash 実習Ⅰ

1年次後期

課題の作成を中心に学習する。ここでは、デザインの基礎を学びながら作品作成をする。講義と実習を 1:5 の比率で実施をする。

DTP 実習、CI 計画Ⅰ、Ｗｅｂ実習Ⅱ、Flash 実習Ⅱ、商業イラストⅠ

1年次春期　(春休み期間を利用して実施する)

就職を意識して課題作品を作成する。作成した課題作品は、就職活動用のポートフォリオとしてまとめられる。

作品集制作、DTP 実習、CI 計画Ⅰ、Ｗｅｂ実習Ⅱ、Flash 実習Ⅱ

2年次

企業様からの依頼を受けたプロジェクトを通じて、実際のクライアントがいる状態で作品を作成することを経験する。一人で 2 つくらいの案件を担当する。

また、学内においてはグループワークにおいてクライアントを設定したプロジェクト型の学習を通じて、作品制作を実施する。

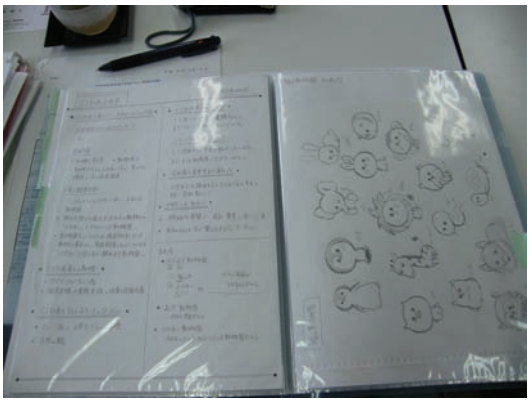
2 年次においては、何らかの形でクライアントがいることを想定した作品制作を実施する。

前期

DTP 実習Ⅱ、CI 計画Ⅱ、Ｗｅｂ実習Ⅲ、Flash 実習Ⅲ、商業イラストⅡ

後期

DTP 実習Ⅲ、Ｗｅｂ実習Ⅳ、Flash 実習Ⅳ



（4）情報デザインの取組み

現在、情報デザインを意識してカリキュラムに導入していない。しかし、授業実施の方法として、情報デザインで取り扱うキーワードを拝見することができた。

問題解決力、発想法、クライアントのニーズヒアリング、情報収集力　など

授業の中に取り込み実施をしており、情報デザインを実施していると言ってよい。

（5）まとめ

情報デザインを意識していないながら、実施しているカリキュラムは、情報デザインの要素を取り入れた実践的なものとなっている。このノウハウが表に出ていない部分が、残念に思う。さまざまなノウハウが隠れてしまうことは、組織的にも教育的にも大変残念なことではないだろうか。

外から拝見した際に、操作教育だけをしている学校との差別化ができないと思います。良い取り組みをしているのですから、もっと前面にその取り組みを表現できるとよいのではないかと思います。

また、情報デザインのどのような手法や方法論で実習や演習に取り組むのかなど、ぜひノウハウを公開していただきたいと思います。

事例2

学校法人第一平田学園

中国デザイン専門学校における情報デザイン教育の取り組みについて

学校法人第一平田学園は、岡山にある中国デザイン専門学校と島根県にある島根デザイン専門学校を運営しています。教育方針は、卒業後、社会でデザイナーとして活躍するために必要な能力として、理論だけではなく、実践的な応用力と努力によって、体験できるものとして身につける。デザイン教育と人間教育の両方に重点を置き、企業に就職することのみならず、将来の人生設計ができる人材の育成を目的にしています。

このデザイン教育を専門とする、「中国デザイン専門学校」の情報デザイン教育への取り組みについて現地にてヒアリング調査をいたしました。

（1）学校の概要

名　称：学校法人第一平田学園　中国デザイン専門学校
所在地：岡山県岡山市船頭町 12
募集学科：

学　科　名	年限	定員
デニムジーンズ科	3 年制	20 名
ファッションデザイン科 (ファッションデザイン/ファッションビジネス コース)	3 年制	20 名
ビジュアルデザイン科 (ビジュアルデザイン/イラストレーション/マンガ・アニメ コース)	3 年制	40 名
モノ・デザイン工房（科） (プロダクト/ジュエリー/ファニチャー/雑貨クラフト コース)	3 年制	20 名
建築デザイン科	3 年制	40 名
総合デザイン科	4 年制	10 名
	合　計	150 名

（2）対象学科の概要

調査の対象とした、ビジュアルデザイン科の概要について。

ビジュアルデザイン科

グラフィック、Ｗｅｂ、イラスト、アニメ、マンガ。さまざまな媒体を駆使して、メッセージを伝えることがビジュアルデザイナーの役目です。本科では、自分の目指す視覚デザインの分野を基礎から着実に学び、各分野のクリエイターを目指します。

・ビジュアルデザインコース

主な習得スキル

デザイン企画力／雑誌製作・編集／パッケージデザイン／Ｗｅｂ構築

目標資格

色彩士検定、教員・准教員認定資格、ビジネス能力検定

目指す職業
雑誌編集者／グラフィックデザイナー／商品プランナー／Ｗｅｂデザイナー

・イラストレーションコース
主な習得スキル
多様なイラスト表現／表現技法／画材知識
目標資格
色彩士検定、教員・准教員認定資格、ビジネス能力検定
目指す職業
イラストレーター／絵本作家／キャラクターデザイナー／アーティスト

・アニメ・マンガコース
主な習得スキル
撮影技術／編集技術／アニメーション製作技術／シナリオ構成
目標資格
色彩士検定、教員・准教員認定資格、ビジネス能力検定
目指す職業
映像作家／CM ディレクター／アニメータ／マンガ家

（3）教育の取組み

概要

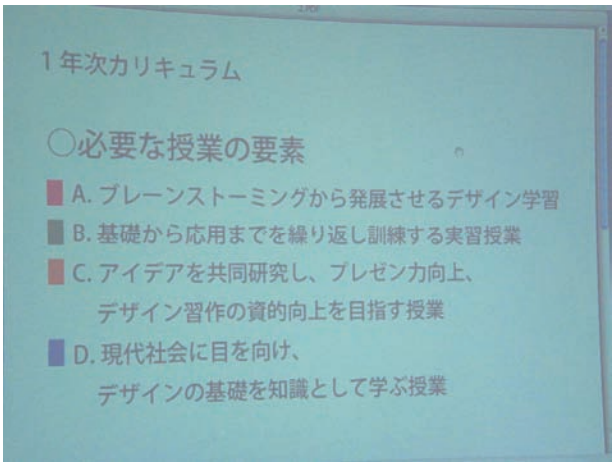
学校全体として地元の企業とのつながりが強く、地元の企業に必要な人材を供給する事を目的としている。そのため、カリキュラムは企業の声を常に反映し、実践的なものとなっている。修業年限が 3 年間ということを、有効に生かし段階的なカリキュラムで実力を養う。また、地元の企業とのプロジェクトも盛んに取り組んでいる。

運用

ビジュアルデザインコースの大きな学習の流れを表記する。

1 年次

社会におけるデザイナーの役割を理解し、素描や平面構成、色彩の授業で表現の基本技法を身につける。



前期
ベーシックデザイン（平面、色彩、立体）、デザイン概論
後期
Ｗｅｂ入門、ビジュアルデザイン入門、広告入門、ベーシックデザイン実習等

2 年次

ポスター、チラシ、Ｗｅｂサイトなど、専門的な製作を通じ、クライアントや消費者を意識したデザイン力を養う。

前期
Ｗｅｂ演習、ビジュアルデザイン演習、印刷入門、コンセプトメイキング
後期
Ｗｅｂ実習、ビジュアルデザイン実習、パッケージ演習、商品企画演習

3 年次

企画から商品開発まで総合的な視野を持ち、市場に通用するデザインをさまざまな応用力を持って展開させる。

前期
Ｗｅｂサイト構築、ビジュアルデザイン制作、パッケージ演習
後期

Ｗｅｂテーマ製作、ビジュアルデザインテーマ製作、パッケージ制作

上記のベースカリキュラムに学ぶ以外に、実践的な取り組みとして「コンペ形式」「現場実習形式」「依頼制作形式」の企業連携・地域連携のプロジェクトを実施しています。このプロジェクトでの学習を通じて、より現場に即したスキルの習得を実現しています。

（4）情報デザインの取組み

情報デザインの取り組みと明示した形としては、2 年前より J 検 情報デザイン検定試験を受験することを念頭に、導入を始めた。

実施対象：2 年次前期

テキスト：情報検定「情報デザイン試験」テキスト（実教出版）

授業形態：90 分授業×15 回

1～10 回　講義（教科書利用）＋課題作成（実習）

（他の授業で学習している内容については、確認程度）

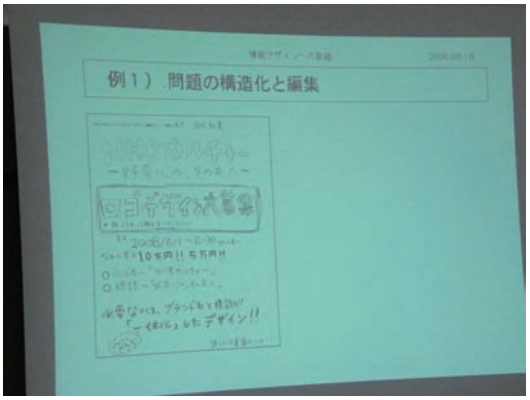
11～15 回　検定対策（過去試験問題）

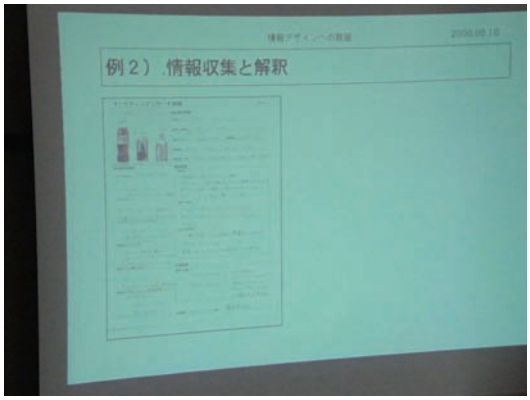
授業課題：例 1）問題の構造化と編集

仕様書をもとに、A4 サイズチラシのラフデザインを考える

例 2）情報の収集と解釈

身近な商品について、デザイナー・ユーザー2 つの立場から調査する課題。





（5）まとめ

中国デザイン専門学校での情報デザイン教育の取り組みは、情報検定 情報デザイン試験を受験する。ということから始まった。検定試験を受験することと、重要とされる方法論や手法を実際に体験することは、相反するものである。しかし、中国デザイン専門学校では、情報デザイン試験テキストを使いながら、課題作成を行うことによって検定試験に対しての対策と、実際に体験してみることをうまく両立している。

こういった取り組みを可能としているのは、デザイン教育にフォーカスしてきた中国デザイン専門学校のノウハウが生きていると考えられる。情報デザインテ試験キストには、理論は掲載されていても、それをどういった実習や演習で体験させるかといった手法は掲載されていない。ノウハウの持たない学校には、ハードルの高い一因であろう。

今後、この中国デザイン専門学校の教育の効果がどうであったのか。また、情報デザインを学ぶために、どのような手法で実習や演習をするのかのといったノウハウを広く公開していただくことを希望したい。

Ⅳ　情報デザイン教育への企業ニーズ（ヒアリング）

１．大手電機メーカー・デザイン部門の事例（Ａ社）

（１）会社・部署の概要

Ａ社は、大手電機メーカーであり、そのデザイン部門では、家電・携帯電話などの民生用機器から、発電所・鉄道などの社会インフラや官公庁用の各種システム、医療機器、産業機器など、幅広い分野のデザインを行っている。

（２）関連学科卒業生の人材活用状況

Ａ社のデザイン部門のデザイナーは、工業デザイナー（各種機器の外観デザインを担当）、Ｗｅｂデザイナー(社内ホームページ等を担当)、ユーザーインターフェースデザイナー（携帯電話から発電所用システムまで、全領域の GUI)、グラフィックデザイナー（パッケージ、ロゴタイプ、社内誌表紙、取扱説明書等を担当）などで構成される。

もともと工業デザインが中心であったこともあり、工業デザイン科の出身者が大半を占めている。学校種は四大卒が多いが高専卒も採用実績がある。出身学科は、情報デザイン科、グラフィックデザイン科、人間工学やプログラミングなどである。採用できる人数は限られており、人材は厳選して採用している。

（３）関連学科卒業生に求める能力・スキル

ユーザーインターフェースデザイナーに必要な資質としては、色や形のセンス・画面の構成力などがある。仕様は事業部が顧客と詰めており、デザイナーは、事業部と顧客のニーズを勘案しながらシステム作りを行うことになる。その際、一番重要なのは実際に使うユーザーがどのような構成なら一目でわかるかということである。それは SE の仕事だというイメージがあるが、色彩なども含めた現場に近い画面構想までは SE では考えつかない。そこがデザイナーへの需要になる。ただ、グラフィックだけを行ってきた人は、色や形のセンスはいいが、システムの仕様を理解するのが苦手な印象がある。仕組みがわからない、興味がないということが多い。

また、Adobe の各種ツールが使える、HTML や Flash などプログラミングができる（Visual Basic、CSS、エアー・フレックス、WPF など）ことが必要となる。こちらは、工業デザインから GUI に移ってきた人より、情報デザイン科の学生など若手の方が分かっている印象がある。

さらに、ユーザーニーズの理解やユニバーサルデザインの知識は仕事をする上で不可欠である。特にユニバーサルデザインについては、学生のうちに基礎知識は身につけておくことが望ましい。

また、デザインのトレンドを把握する力も必要である。絵は好きだが世の中の流れがわからないのでは困る。デザインのトレンドに好奇心を持つことも必要である。同様に、一般常識も必要になる。画面構成力やユーザーニーズの把握力があれば担当者としては十分だが、管理者になるなら基本的な一般常識がないと辛い。

採用時点では専門的なスキルを重点に見ている。グループワークによるアウトプットでも、本人が作品のどこに関わったか、具体的に何が出来るのかを見る。CG が上手でもスケッチが稚拙な学生もいるが、イメージを形にするときに手が動かないのはまずい。また、ものを手に取りながら、ユーザーがどう使うか想像できたり、興味を持てることも重要である。

【ユーザーインターフェースデザイナーに求められる資質】

- 色や形のセンス
- 画面構成力
- GUI 構築能力
- システム構成の理解力（仕様を把握する）
- 各種ソフトウエア（Adobe 社製デザインツール）のスキル
- HTML,CSS, Flash 等のプログラミングの知識
- ユーザーニーズの理解力
- ユニバーサルデザインの知識
- デザイントレンド/世の中のトレンド把握力
- 一般社会常識、広範囲の知識

（４）電子媒体環境下で求められる能力・スキル

デザイナーは、在学中も入社後も学ばなければならないことが多い。ソフトウェアも新しくなり、ツールもプラグラミングも変わっていく。顧客のニーズも１件ずつ学ばなければならず、それに耐えなければならない。新しいことへの恐怖心を持たないことが必要である。

また、事業部はデザイナーはわかっているはずだ、デザイナーは何でもできると思っている。

事業部から複数のソフトウェアを使えることを要求されることもあるので、それぞれに対応しなければならない。さらに、事業部と話しながら、技術的な背景、先行的な技術シーズを理解して作っていく必要がある。

（５）学校教育への期待・要望

ユーザーインターフェースに限って言えば、色彩なども含めて、人間のメンタルモデルの引き出しをたくさん持っていることが望ましい。学生時代に、ユーザーニーズを理解するためにいろいろなユーザーと会い、引き出しを増やしていく必要がある。絵を描くのが好きでクリエイターになるのもいいが、メーカーで働くのなら引き出しの多さと社会常識もあった方がよい。

ツールやプログラミングなどは個人の研鑽によるところが大きいが、ソフトウェアはひと通り使えてほしい。またデザイナーと名乗るならデザインの型も５つほどは持ってほしい。

さらに、ユニバーサルデザインなど基本的な知識も必要である。

【グラフィックデザイナー教育のポイント】

・基本的なグラフィックデザイン能力
・デザインツール（ソフトウエア）の習熟
・HTML や FLASH 等のプログラミング
・ユーザーインタフェースに関する基礎的な理解
・ユニバーサルデザインに関する基礎的な理解（特にカラーUD）
・デザイントレンド、世の中のトレンド、一般常識

２．出版社の事例（B 社）

（１）会社・部署の概要

B 社は、新聞社の出版グループ企業として設立され、雑誌・書籍などの出版事業、専門サイト・メール配信などのインターネット事業、展示会・セミナー事業を中心に、コンテンツ・プロバイダーとして事業展開を行っている。関連子会社でデザイン・制作を行っており、デザインは外注のケースが多い。

（２）デザイン関係の外注先との関係

通常、デザインの外注先は３～４社のコンペで選定することが多い。選定に当っては、コストが重要な要素になる。ＤＴＰソフトやフォントを共通化できることも重要。コンテンツのテイストやクリエイティビティも大事だが、コストを考えると、そうした条件を満たす外注先を活用することになる。

また、紙媒体の記事をＰＤＦで提供するなど、デジタル化にシフトしている。現在はセキュリティの問題からＰＤＦ化などは関連子会社の制作スタッフが行っている。

（３）クロスメディアでの展開のための人材確保

雑誌記事をＰＤＦ化してＷｅｂを介して提供する有料サービスがある。また、Ｗｅｂオリジナルの記事や特集も出しており、デザインやプログラミングのスキルを持つ人材を社内に抱えるほか，派遣や業務委託など確保している。

Ｗｅｂは紙と比べてデザインスキルについては単純になる。しかし、Ｗｅｂ上で使いやすいようにする必要があるので、プログラミング能力とデザイン能力のある人を育てる必要がある。PDF の切り取りなどは誰でもできるが、大元のコンテンツマネージメントとして、デザイナーとプログラマーの力が必要になる。

クロスメディアでの展開が重要になる中で、こうしたことに対応できる人材の確保が課題となっている。

（４）電子媒体環境下で求められる能力・スキル

定番の DTP ソフトの基本的なオペレーション知っているといい。InDesign、Photoshop、Illustrator の３つは最低限知ってほしい。

印刷からＷｅｂでの過程では、制作のプロセスと処理、段取り、やってはいけないことを教えてほしい。また写真の色調整のスキルはほしい。

Ｗｅｂでは HTML の基本を知ってほしい。また、フラッシュベースの案件は結構あり、今後はフラッシュを使えるかどうかは大きい。今もっとも不足しているのは動画の編集ができる人材である。写真はカメラマンと編集が分けられるが、動画はそれが渾然一体としている。動画を撮れる、編集できる、キャプションまでつけられる人が必要だ。テレビ局関係者はコストが高く、Ｗｅｂサービスにはコスト的に見合わないことが多い。ストーリーを描けるディレクター的な資質を持った、かつＷｅｂの制作コストに合う人物が必要だ。見かけのクオリティはテレビ局なみで、広告主が納得するものを作ってくれる人物がほしい。

（５）学校教育への期待・要望

Ｗｅｂにシフトしている中、即戦力の人材が必要である。スキンが書ける人、プログラムができる

人がほしい。その部分を外注に出すと少量でもお金がかかり過ぎてしまう。常に最新なものを持っている必要はないが、新しいものがでたときに対応できる基礎的な力を持った人がほしい。

　また、編集や取材は相手がいる仕事なので、コミュニケーション能力がほしい。

学校教育ではまずデザイン力が大事である。また、Ｗｅｂなど他媒体に展開するスキルと専門性が少しでもあればよい。さらに、コミュニケーション能力の養成も重要である。

３．印刷会社の事例（C 社）

（１）会社・部署の概要

C 社は、印刷会社の老舗であり、従業員規模は 300 名程度の中堅企業である。東京支社には７名のグラフィックデザイナーを要する企画制作部があり、商業印刷を中心に業務展開を行っている。

（２）関連学科卒業生の人材活用状況

グラフィックデザイナーは、新卒採用と中途採用が約半数ずつを占める。

新卒の場合、１年間はアシスタント的な仕事を行うが、状況を見ながらクライアントを任せていき、ディレクションができるようになるのは４～５年目。クライアントと直接やり取りし、コピーライター、カメラマン、デザイナーなどのスタッフや外注をまとめながら業務を行っている。出身は、美大のデザイン学科、専門学校などが多い。

（３）関連学科卒業生に求める能力・スキル

新卒採用時には、主に面接を通して人選している。入社後２～３年の姿をイメージしながら、将来性、協調性やバランス感覚、自己主張も含めたコミュニケーション能力などを主に評価する。作品集については、思考経路やオリジナリティ、熱意などを見ている。最近はコンピューターを使った作品も多いが、表面的な技術はあまり重視していない。むしろ、サムネイルやラフスケッチなどがあると力量が確実にわかる。

また、私たちはクライアントの答えを探すため、問題を解決するための仕事をしている。そこが学生と現場の違いである。現場では自分が描いた物とクライアントのニーズにギャップがあるかもしれない。そこで答えを探していかなくてはいけない。そのことを理解して任せられるようになることが成長していくプロセスである。入社して 10 年くらいすると、その人間としての基本的な部分で差がついてくる。

（４）電子媒体環境下で求められる能力・スキル

10 年前と比べて技巧に走る人が多くなった気がする。コンピュータに使われているところがある。お客さんに直接提出したりすることはないが、スケッチなど手で書くことは非常に重要だと思っている。そういうことをする学生が少なくなってきた。デジタル化したのはデザイン産業であり、デザインメイクではない。デザインメイクの部分は昔も今も全く変わってないと思う。

商業印刷においても、カタログなどをＷＥＢで使うといった需要も伸びており、対応強化を求められている。ＷＥＢの場合、プログラマ、ディレクター、プロデューサーなどのスタッフが必要になる。ここでもグラフィックデザイナーは中心的な役割を果たせる。

（５）学校教育への期待・要望

グラフィックデザイナーの場合、アナログの時代と同じようにデッサンなど基礎的な部分に力を入れて教育していただきたい。コンピュータを使うことはしっかり教育されているが、アナログのカンプを作ったりすることもカリキュラムにいれるとかなり違うのではないか。マーカーで色を塗ったりするようなことは今後なくなるかもしれないが、そういうことを体験的に美術教育の中でやることはあとできいてくると思う。

伸びる人材は仕事から離れていろんな趣味を持っている人が多いように思う。生活を楽しみながら

その延長戦で仕事もやる、そういう人がいい仕事をしている。デザイナーは、自分で自分を磨いていけることが重要である。

４．広告制作会社の事例（D 社）

（１）会社・部署の概要

Ｄ社は、中堅の広告制作会社であり、従業員規模は 100 名程度、主な業務内容は新聞・雑誌広告の企画制作、ポスター、カタログ、DM、パッケージの企画制作などである。広告代理店のプロモーションのデザイン制作部分に対応している。ウェブについては、新商品のプロモーションサイトの制作に対応する場合が多い。

社員の大半はグラフィックデザイナーが占めているが、最近ではＷｅｂ系業務の拡大に伴い、関連人材の確保を進めている。

（２）関連学科卒業生の人材活用状況

グラフィックデザイナーは新卒採用が多く、美大などの四大卒が８割、専門学校卒が２割程度である。中途採用の場合は、四大卒と専門学校卒が半々くらいである。

基本的にグラフィックデザイナーの場合は、各チームのデザイナーとして配属される。会社の中を色々経験させるために色々なチームに移って経験を積み、６～１０年かけて社外からの評価などを得てきた社員の場合はディレクターになっていく。

（３）関連学科卒業生に求める能力・スキル

採用にあたっては技術的な部分はもちろん、もの事の考え方やとらえ方などの制作プロセスも重視しています。デザイナーとしてよりクリエーターとして人の心を動かす事が出来るかが重要だと考えている。

むしろテクニカルな部分は会社に入って日々習得していけるものである。

（４）電子媒体環境下で求められる能力・スキル

プロモーションについては、ＣＭからウェブまで「ワンウェイでやりたい」というオーダーが増えてきている。最後はウェブに落とし込むプロモーションも多くなっている。昔のコミュニケーションデザインは伝えたい側からの一方通行だったが、今ではこちらから発信したときに受け手がどういう行動に出るかというところが重視されている。

こうした中で、グラフィックデザイナーにも、ウェブを含めたメディアやプロモーションの知識や能力が求められる。フォトショップ、イラストレーター、フラッシュなどはある程度使いこなせることが望ましい。

ウェブに関してはその構造的な部分についての基礎知識がないと厳しいかもしれない。また、ウェブの場合はタスクがたくさんあるので、その中で自分の専門的な部分を見極めてスキルを磨いていくことが大切である。

また、重要なのは、ウェブデザインの良書やテクノロジーやビジネス情報のメディアサイトなどを読む習慣をつけて、ウェブの世界の変化やアプリケーションの進化など、そういった情報を常に拾おうとする気持ちを持つこと。さらに、自分のホームページを開設したり、サイトへの誘導や集客をどうするか考えてみたりするなどして、プロモーションの考え方や経験を持っていくことも有効ではないか。

（５）学校教育への期待・要望

「えっ？」と思うようなものが日々更新されている。「とにかく今ないものを作ってみよう」と、枠にとらわれない何かをグループでもいいから、研究して作ってみようというのは面白いと思う。

現場に入ってしまうと忙しい。時間があるときにいいものを見て引き出しを増やしておいて欲しい。こんなアイデアがあったとかいろいろなデザイン、書体、写真など、積極的に新しいものに触れさせ、広告の楽しさを伝えられるとよい。

また、インフラ的なところにも配慮する必要がある。学生が持参する作品集でも、フォントのデザインが OS 標準で入っているものを使うケースが多い。書体などは会社に入って覚えたりすることもある。学校でも、企業の現場と同様、実際に作れるレベルの環境を整えることが重要ではないか。

５．インタラクティブ業務を主とするクリエイティブ会社の事例（E 社）

（１）会社・部署の概要

E 社は、インタラクティブ業務を中心とする中堅クリエイティブ会社であり、従業員数は 200 人程度である。そのうち、デザイナーは約 60 名を占め、このほかプロデュース、ディレクション、コピーライト、モバイル制作、映像制作、HTML コーディングなどの職種で構成されている。

（２）関連学科卒業生の人材活用状況

採用については、総合職とクリエイティブ職で分けて採用を行っている。クリエイティブ職の新卒採用は、美大の四大卒が中心だが、HTML コーディングの部分では専門学校生にスキルの高い学生が多いのではないかと考え、近年、専門学校からも採用・募集を行っているところである。
業務はチームで対応することが多く、総合職のプロデューサーが中心となり、デザイナーやコピーライターなどと協業しながら業務を遂行している。

Ｗｅｂデザイナー採用者の中には、さほどプログラムに詳しくない学生も少なくない。もちろん、少しでもプログラムに興味を持っていることが望ましいが、プログラムに詳しく、デザインもしっかり出来ている学生は少ないと思われる。そのため、プログラムに興味を持っている学生、グラフィックデザインをしっかり作れる学生、発想力が豊かな学生など、バランスよく採用することが重要と考えている。

（３）関連学科卒業生に求める能力・スキル

Ｗｅｂについては、大学ではまだ特化した学科は少なく、情報デザイン学科の講義などで多少勉強する程度ではないかと感じられる。企業の現場で起こっていることはどんどん幅広くなっており、なかなか学校では教えきれない状況があるのではないか、という印象を持っている。

ただし、Ｗｅｂ関係の知識は、入社後に実際のインタラクティブ業務を通じて教育を行える部分もあり、入社時はむしろ基本的なデザイン知識や、発想力・企画力などが重要と考えている。現在、Ｗｅｂデザイナーとして出来上がって学校を卒業してくる学生は少ない。むしろ、入社後に伸びるかどうか、やる気や学び続ける意思があるか、好奇心が旺盛かなどを重視している。

また、専門学校の場合、もともと数学が苦手な人が入ってくるのかもしれないが、数学的発想や幾何学的発想は高めておいた方がよいと考えられる。

Ｗｅｂデザインにおける表現は複雑となり、これからもどんどん変化していくでしょう。最近の広告は、多くのメディアを組み合わせながらプロモーション展開を行っている。Ｗｅｂデザイナーは、Ｗｅｂがどんな役割を担っているのかを理解しながら業務を進めることが重要である。そのため、学生のうちにメディアに対する理解を深めておくべきである。

（４）学校教育への期待・要望

上記のことから、学生時代にいろいろなメディアに触れておいたほうがいいと考える。日ごろ触れているメディアは、テレビ、携帯電話、電車の中の広告ぐらいかもしれないが、思いがけない物がメディアとして活用されている場合もある。

また、最近はグラフィックデザインの基本ができていない学生も多いと感じている。例えば、文字組みは非常に重要で、文字をどう組むかで雰囲気が変わる。昔は一文字一文字切り貼るなどの手作業を通じて、文字や文字組に対する感覚を身につけていた。いまはパソコンで自由に文字を打ち込み、

書体も選べる。それでなんとなく形になってしまい、できたような気になるが、やはりプロの目からみると素人っぽい。デザインの基本については、昔も今も、きちんと身につけておくべきことは変わらないのではないか。

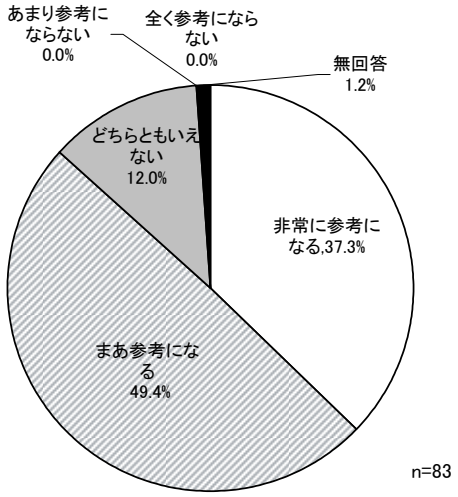
さらに、コミュニケーションスキルも重要である。インタラクティブ業務は、一人でスーパーデザイナーのように対応するのは難しい。クライアントとやり取りしながら、さまざまな技術を持った人たちと協働で創り上げていくのが一般的である。そのために、制作者同士がしっかりとコミュニケーションを取りながら業務を進めることが重要である。この点については、専門学校、大学とも共通で取り組んでもらいたいスキルである。

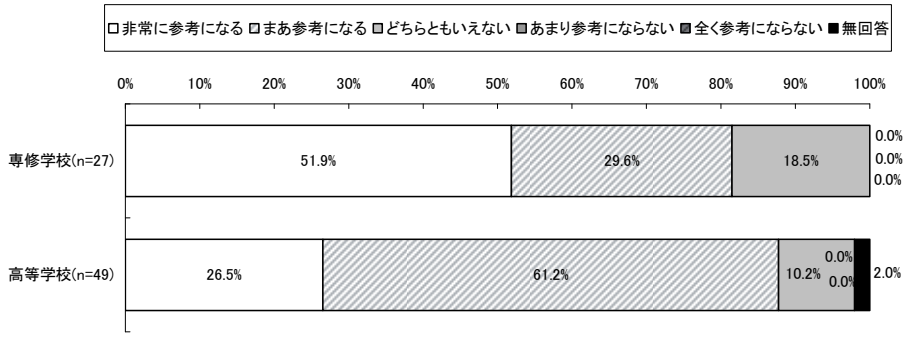
Ⅴ　カリキュラム手引書に対する評価

情報デザイン教育普及セミナーにおいて、調査結果を元に作成したカリキュラム案「ＷＥＢなどの電子媒体環境を前提とする、グラフィックデザインを中心とした情報デザイン教育プログラムの開発」（以下、カリキュラム案と略）を配布し、参加者から評価を得た。この章では、カリキュラム案に対する評価を報告する。

◆情報デザイン教育のカリキュラムを考える際の参考資料としての評価

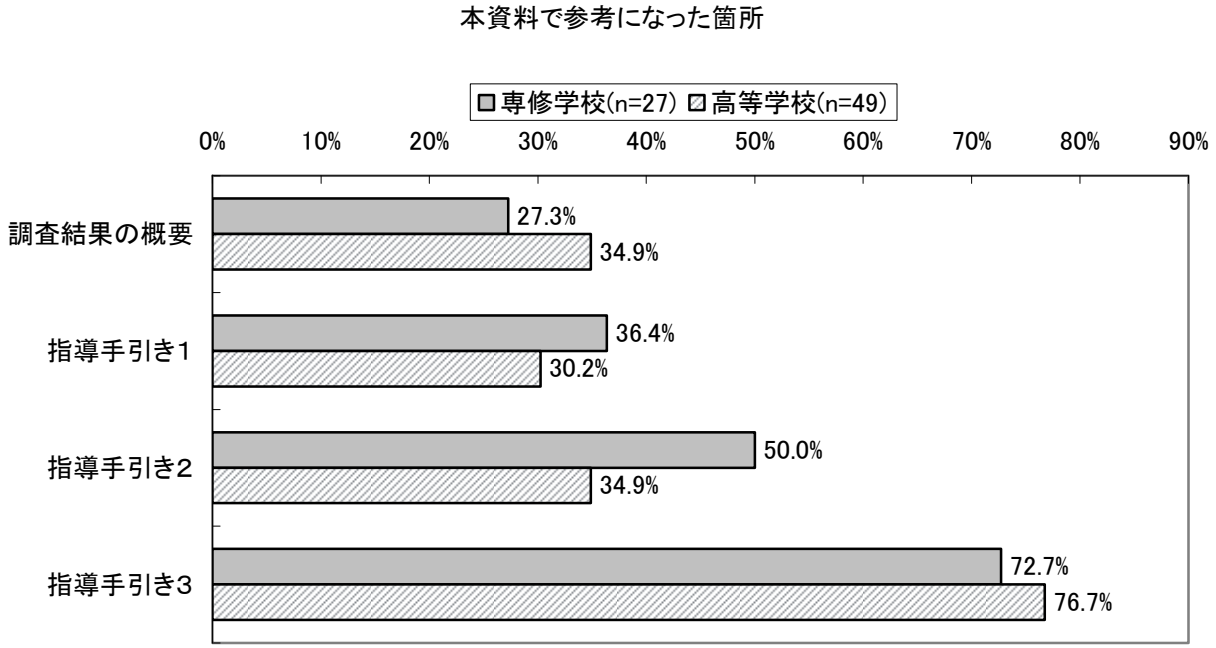
参考資料としての評価では、専修学校、高等学校ともに８割以上が参考になる（「非常に参考になる」、「まあ参考になる」の合計）と評価している。専修学校においては、「非常に参考になる」が 51.9%と過半数を占め、高く評価している。





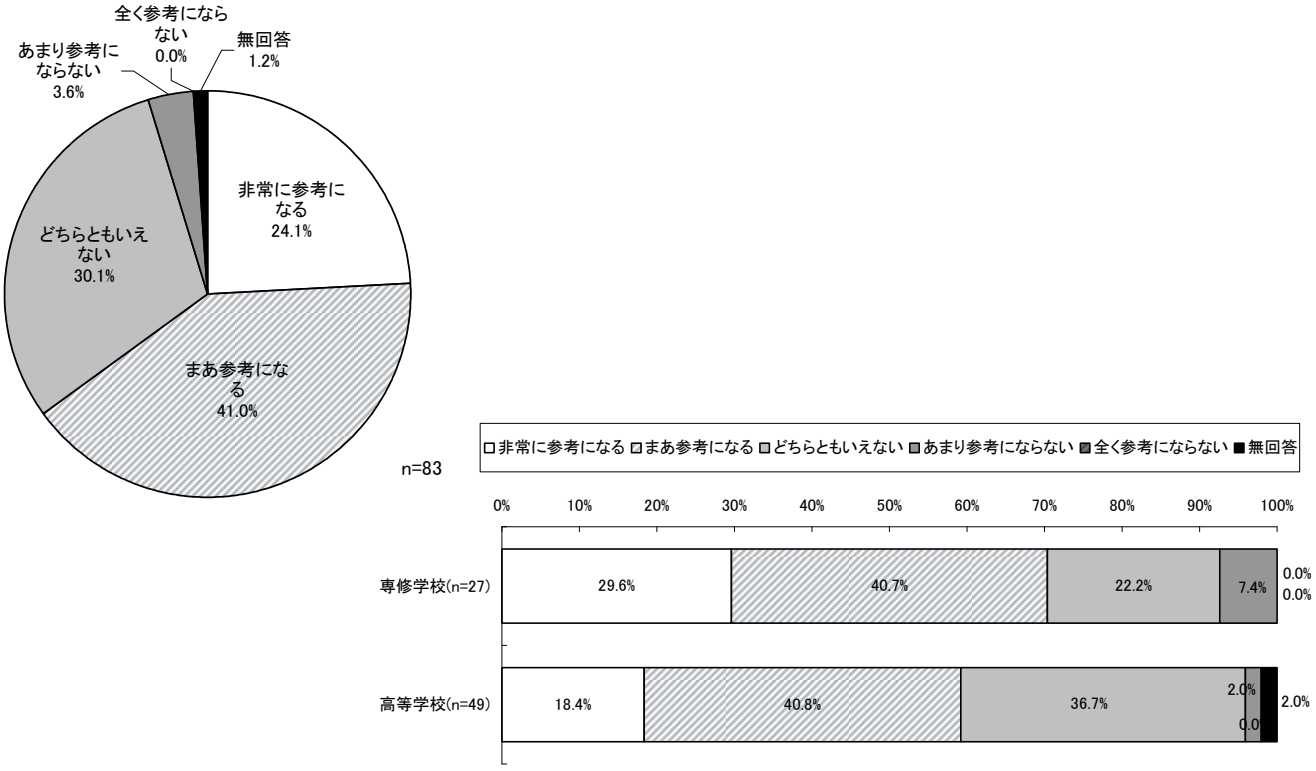
◆カリキュラム案で参考になった箇所（参考になった方のみ）

参考になったと回答された方に、特に参考になった箇所をたずねたところ、「指導手引き３」（グラフィックデザイン関連学科の教科目と参考シラバス）が７割以上と専修学校、高等学校ともに最も高い。



◆情報デザインの学科編成やカリキュラム作成への活用に対する評価

学科編成やカリキュラム作成への活用については、専修学校の７割、高等学校の６割が参考になる（「非常に参考になる」、「まあ参考になる」の合計）と評価している。専修学校においては、「非常に参考になる」が29.6%である。



◆カリキュラム案に対する意見・要望

カリキュラム案に対する感想や意見・要望としては下記のような意見があげられた。

＜専修学校＞

資料が分かりやすく参考になる　意見数７件
・カリキュラム構成の参考になります。ありがとうございます。
・調査結果も幅広く参考になりました。
・次年度の講義内容を検討する際に参考にさせていただきます。
・新たなカリキュラム策定の参考にしたい
・4 章の部分が他の取組がよく分かるようになっていて参考になりました。
・本校は工学・電子系の専門学校のため、デザインは副教材的になっているが、今後導入する際の参考にしていきたい。
・図やグラフが豊富なので見やすいです
資料についての意見・要望・その他　意見数６件
・特定の学科に片寄らない分析があれば参考になります。
・学生に身につけさせたい能力と現実の達成感のギャップがどの学校でも感じておられると思いました。高校までの家庭教育、義務教育の不足を感じています。「もっとちゃんと教育しておいてほしいと」あと、今後のカリキュラムの必要物として「情報モラル」が必須科目であると感じました。
・（P29 グラフ 11）グラフィック、CG、Ｗｅｂデザイン関連学科で、SQL や Access の学習率が思ったより高いと感じました（低いといわれていましたが）
・非常に細部にわたり、調査研究されています。
・話や資料を拝見し、情報デザインに対する意識が高まりました。
・調査統計などの話が中心だったのでつらかった。

＜高等学校＞

資料が分かりやすく参考になる　意見数１７件
・調査のまとめは丁寧にまとめてあり、大変参考になります。ありがとうございました。ただ実際に普通科高校の授業でどこまでやれるのか、指導力の点からみても難しい所があります。美術科の先生と協力してやれるといいのですが。
・来年度以降のシラバスの作成にとても役立つ資料だと思います。今後活用させていただきます。
・調査結果や様々なグラフはよく見てみないと分からないが、最後のシラバスはおもしろいと思う（授業で参考になる）
・カラー版で豊富な資料があり参考になりました。
・貴重な資料でとても参考になりました。ありがとうございました。
・シラバスが分かりやすく参考になる。
・第 4 章がとても参考になりました。やはり時間をかけないとしっかりとした情報デザインを指導できないと思いました。
・データが非常に多く、上手に活用したいと思います。
・専修学校および短大・大学での現状が分りよかったです。科目に関する結果は、これからの授業内容の参考になると思います。
・今後のカリキュラム編成やシラバスを作成する際に参考になります。
・色彩豊かで、グラフがとても見やすい。また、事例集も多く今後授業の中でも十分役に立つ内容だと思った。
・参考シラバスは特に良かったと思います。授業の中で取り入れていけるものがあれば取り入れていきたいと思います。
・貴重な資料です。活用させていただきます。
・専門学校での教科の実態がよく分かり、今後高等学校での科目設定の参考になりました。
・わかりやすく、今後の授業、教育活動、学校づくりにいかせます。ありがとうございました。
・良くまとまっていると思います。

＜高等学校＞　続き

資料についての意見・要望・その他　意見数９件
・対象校の分母が多くあると良いと思いました。
・シラバスは参考になりますが、高校では全体的なものよりもその１コマ１コマの講義内容の方に興味があります。これらの情報提供はあるのでしょうか。
・シラバスについてもう少し詳しくあればよいと思いました。　対象学科など
・冊子のサイズを大きくし、文字の大きさも大きくしてください。読みやすさも「情報デザイン」では？
・小さくて見にくいのが残念です。可動性という点ではそれが良いのかもしれませんが。
・資料を大きくして、グラフの文字を見易くしたほうが良い。
・A5 サイズで表の文字が小さく見にくい→A4 サイズでの資料にすべき
・大変熱心に調査・分析がされていると思いました。
・普通科の高校のため、専修学校の取り込みに関しては今後の課題にさせていただきます。

◆今後、情報デザイン教育が広がるべき分野について

情報デザイン教育が今後どのような分野に広がっていくべきかについて、以下のような意見があげられた。

＜専修学校＞	＜高等学校＞
印刷業 DTP の分野 映像コンテンツ 店舗デザイン 工業デザイン 医療情報 医療福祉系 商品パッケージなどのデザイン 都市や景観を含む環境デザイン アパレルなどの産業デザイン ウェブサイト制作の分野 経営的なデザインや戦略的なデザインの分野 情報システムのユーザインターフェース設計 E ラーニング デジタルサイラージ 込んだ感性デザイン教育の分野 高等学校教育だけでなく中学校での実施など もっとコミュニケーション力を付ける分野 デザイン関連以外の分野（経済・経営・事務系など） ユーザのニーズ、特に人の感覚的なところまで踏み広げるより現時点で網羅する分野をさらに深く	工業デザイン 環境分野 福祉分野 商業デザイン ポスター作り 日常生活の情報デザイン 広告デザイン Ｗｅｂデザイン CM 作成 グラフィックデザイン 社会に役立つデザイン 音のデザイン 農業分野 多分野 普通教育（大学進学を目指す学校でのデザイン教育）におけるデザイン教育 表現力の向上 普通科でも可能な PP デザイン 企業の求める人材のスキルアップ 高校の「普通教科情報」「総合的学習の時間」

◆情報デザイン教育の普及拡大・質的向上のために必要な調査研究テーマについて

今後、情報デザイン教育の普及拡大や質的向上のために必要な調査研究テーマとして、以下の意見があげられた。

＜専修学校＞

企業側からのデータ
上流工程の具体的なカリキュラム等をテーマにお願いしたい。
プログラマ、SE 関係分野も同様に。
普及拡大・・現状の学校の設備環境、また、今後どういうレベルまで環境を整えなければいけないか（導入事例等）
質的向上・・・教員のスキルや教員側の目線のニーズ（数値化することは難しいと思いますが）"
効果的なホームページのデザイン（人を引きつける魅力、分かり易い表現方法など）
問４でも書きましたが、情報モラルや法律についての教育の現状について日本、もっと世界の状況について知りたいです。
知的財産権など
グラフィック以外にもデータベースの視覚的な加工など、今まで文字や数値といった扱いをしていたもののデザインについて、調査研究があればと思います。
どの教育現場においても、産業と直結した「デザイン」という分野では最終的に「就職」をどうさせるか？に尽きると思います。産業界が求める人材をテーマにした調査結果が欲しいです。
就職に結びつく部分をさらに著差研究されたものを拝見したいと思います。

＜高等学校＞

・Pob－Ray で CG をほんの少し授業でやりましたが、簡単にデザインできるソフトを使って授業が進められるようなテキストなど紹介していただけると助かります。
・人間中心設計の具体化が情報デザインのカリキュラムになるかと思います。この具体的事例を調査していただきたい。
・様々な学校での具体的な取組に関する調査研究があれば普及していくと思います。
・企業から見て必要な人材を養成するためのニーズ
・教育の普及ということであれば、実践事例の蓄積だと思います。専門学校での取り組みがそのまま高校で活かせるわけではありませんが、教材を考える上で参考となります。
・高校レベルでの授業内容
・高校と専門・大学との系統性は必要ではないのか？
・高校で扱いやすいアプリケーションソフト、フリーソフトの紹介をしていただきたいです。
・ソフトウェアの配備、どのソフトが各学校で使用されているのか。
・高校と大学の連携の現状と今後の具体的な取組
・情報活用、システム運用との関連
・情報デザインは自分のための作品作りから見てもらう、使ってもらうための作品作りや成果物の発表をすることで、その大切さが認識されるようになると思います。
・質的向上は必要でしょうが、特に普及拡大は必要でしょうか？専門的分野に価値があると思います。
・見る側からの評価（デザインの理解度）特に高齢者対象
・普通科（高校）における芸術科目との連携について。特に美術・音楽家における情報機器の活用の現状とその方向性について。
・どのような科目を履修した生徒が、どのような企業に就いたか、また、就職後どのような科目が役に立ったか分るといいと思いました。
・企業が学校教育に求めるもの。大学が高校教育に求めるものが知りたい。大学進学を目指す高校はどうあればよいのか模索しています。
・コミュニケーション能力やプロデュース力を高める教育実践の例 教授法や教材の紹介など
・社会ニーズの動向と特徴
・「デザインコンテスト」の高校生部門を作り、実施する。

情報デザイン教育の実態等に関する調査報告書

平成 21 年 3 月

編集・発行　学校法人 電子学園
〒169-8522　東京都新宿区百人町 1-25-4

印　　刷　株式会社インテージ
〒101-8201
東京都千代田区神田練塀町 3 番地インテージ秋葉原ビル
電話　03-5294-0111（会社代表）